



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CATALUÑA
DEPARTAMENTO DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
PROGRAMA DE DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TESIS DOCTORAL:

**ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL: ELEMENTOS PARA
FORTALECER EL PRESTIGIO DE LA EMPRESA Y SU PERMANENCIA EN
EL MERCADO**

DOCTORANDA:

MARBELLA ARACELI GÓMEZ LEMUS

DIRECTOR DE TESIS:

DR. LUÍS MARIA ARMENGOU MARSANS

Barcelona, 2012.

Agradecimientos

Es mi deseo externar mi agradecimiento a las siguientes personas e instituciones que me han brindado su apoyo para lograr éste trabajo.

Muy especialmente y con mucho respeto a mi Director de Tesis el Dr. *Lluís Maria Armengou Marsans*, por su esmerada asesoría, apoyo incondicional y paciencia para la elaboración de éste trabajo.

A tres personas claves expertos en el tema de estudio que en su momento me orientaron con sus sabios consejos y me inclinaron a seleccionar éste tema de investigación: a los Doctores *Antonio Argandoña, Joan Fontrodona y José Luis Fernández*.

A mis profesores del Departamento de Organización de Empresas, mi agradecimiento por sus enseñanzas y amistad, en especial al Dr. *Joan Mundet* por sus orientaciones, las cuales sembraron las bases de éste trabajo.

Al personal administrativo del DOE, en especial a *Nuria Góngora y Monserrat López* por su orientación durante mi ingreso y permanencia en el Programa Doctoral, así como a Mar Serre del Tercer Ciclo.

A la *Universidad Juárez Autónoma de Tabasco*, de la cual me siento orgullosa de formar parte, especialmente agradezco al Mtro. *Rubícel Cruz Romero* por su amistad, apoyo y confianza, así como al grupo de funcionarios de la DAIS *dirigido por el L.A. Eduardo Cruces Gutiérrez*, gracias a todos ellos por las atenciones que me han brindado sin las cuales la conclusión de éste trabajo no se hubiera dado.

A mis amigos y amigas de la DAIS que confiaron en mí, y a quienes tanto temía defraudar, en especial a las *Chicas DAIS* y a Oscar y José Luis que siempre me apoyaron en momentos claves y a la distancia; asimismo a mis tesisistas a quienes tanto exijo y debo profesar con el ejemplo e igualmente externo mi agradecimiento a grandes amigos de la familia Carlos Mario, María Luisa Ester, Conchys..... mencionarlos a todos rebasaría éste espacio y omitir a alguno sería imperdonable.

A los amores de mi vida....., Héctor, Dianeí, Israel y Argelia, a ellos externo mi inmenso agradecimiento y cariño, por la confianza depositada en mí, al igual que a todos los integrantes de las familias Gómez y Lemus, en especial a mis hermanos.

Con todo mi amor dedico éste trabajo a la memoria de mis padres Mimis y Norberto, ellos sembraron en mí la semilla de lo que soy, e infinitamente doy gracias a Dios que los guió para mi formación, y me sigue guiando por este camino que me ha correspondido recorrer.

Resumen

Esta investigación tuvo como campo de estudio 60 medianas empresas tabasqueñas incorporadas al Sistema de Información Empresarial Mexicano, con la finalidad de conocer si éstas realizan acciones que les permitan generar un ambiente ético al interior y exterior de las mismas, detectar si tienen conocimiento de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), conocer qué acciones realizan, quiénes las implementan a quiénes benefician y cuáles son sus alcances. La investigación se basó en un enfoque mixto, se utilizó como instrumento el cuestionario y para el procesamiento de los datos se apoyó en la estadística descriptiva y el software estadístico SPSS. Los resultados muestran que las medianas empresas están conscientes de la importancia de la ética empresarial, 67% han implementado documentos éticos y procuran difundirlos utilizando más de una alternativa. En que se carece de ellos, 56% se encuentran en proceso de elaboración, 22% consideran que pueden implementar la ética sin documentos y el otro 22% no ve la utilidad de contar con ellos o bien consideran que la ética no está relacionada con los negocios. El 100% de las empresas le proporcionan algún grado de importancia a las acciones de RSC enfocadas a sus interlocutores y sólo un 6 y 17% respectivamente consideran que las acciones enfocadas a los proveedores y a la comunidad carecen de importancia. El 100% de las empresas realizan acciones de RSC, 100% se enfoca a acciones relacionadas con la salud, 89% a la educación, 75% al arte-cultura y 77% al cuidado del medio ambiente.

Abstract

This research involved 60 medium sized companies from Tabasco, Mexico. All of them members of the Mexican Enterprise Information System. The goals were: **A.** to know if these companies were taking actions to develop ethical environments both inside and outside the company, **referring to their relation with their stakeholders**; **B.** to know if they are aware of the Corporate Social Responsibility [CSR], if so, to know the actions taken, identify who is responsible for them, who benefits with them and their extent.

The research involved a mixed approach. The data collection instrument was the questionnaire. Data was processed using SPSS and analysis was made with descriptive statistics.

Results show the companies are aware of ethics: 67% have developed manuals of the company's ethics and have taken actions using more than one alternative to spread out the ethical culture within the organization. Out of the companies that have no manuals of ethics, 56% are in the process of their development, 22% consider ethics might be implemented within the organization without manuals and other 22% don't find ethics useful or related to business.

100% of the companies find the actions for CSR focused on stakeholders, somehow useful to some degree. 6% and 17% respectively, declared CSR actions focused on community and suppliers are not important.

100% of companies under study take actions for CSR. 100% of them focus their actions on health care, 89% on education, 75% on arts and culture, and 77% on environmental actions.

Índice general

Índice de tablas	ix
Capítulo I. Introducción	1
1.1 Justificación del tema elegido	2
1.2 El problema de investigación	4
1.2.1 Planteamiento del problema.....	4
1.2.2 Delimitación del caso de estudio	6
1.3 Objetivos de la Investigación	13
1.3.1 Objetivo general	13
1.3.2 Objetivos particulares.....	14
1.4 Formulación de hipótesis	14
1.5 Resultados esperados	15
1.6 Estructura del trabajo	15
Capítulo II. Marco Teórico	17
2.1 Estado del arte	18
2.2 Marco conceptual.....	25
2.2.1 Alcance del concepto de Responsabilidad Social en base a Organismos Internacionales y Nacionales.....	25
2.2.2 Concepciones de la RSE.....	32
2.2.3 Políticas públicas de RSC o RSE en otros países	33
2.2.4 Organismos que promueven la responsabilidad social empresarial.....	35
2.2.5 Programas y estudios relevantes de RSE realizados en México.....	61
2.2.6 Códigos Éticos	62
Capítulo III. La investigación de campo.....	65
3.1 Metodología utilizada	66

3.2	Diseño de instrumentos	68
3.3	Prueba Piloto	79
3.4	Determinación de la muestra	80
3.5	Aplicación de instrumentos	83
Capítulo IV.	Análisis e interpretación de los resultados	84
4.1	Referente al campo A. Información General.....	85
4.1.1	Variable A1. Sector económico.	85
4.1.2	Variable A2. Distintivo Empresa Socialmente Responsable.....	86
4.1.3	Variable A3. Ventas	86
4.2	Referente al campo B. Ética empresarial	87
4.2.1	Variable B1. Importancia de la ética empresarial	87
4.2.2	Variable B2. Documentos éticos.....	93
4.3	Referente al Campo C. Responsabilidad Social Empresarial.....	99
4.3.1	Variable C1. Actores	99
4.3.2	Variable C2. Beneficiarios.....	106
4.3.3	Variable C3. Medio ambiente.	112
4.3.4	Variable C4. Proyección de la empresa.....	117
Capítulo V.	Conclusiones, recomendaciones y trabajos futuros	121
Bibliografía	128
Listado de siglas	140
Glosario	149
Anexos	157
Anexo A.	Cuestionario para detectar la situación actual de ética y responsabilidad social en las medianas empresa del estado de Tabasco.....	158
Anexo B.	Evidencias del proyecto de investigación derivado de la presente tesis doctoral.	164
Apéndices	188
Apéndice A.	Empresas adheridas al Pacto Mundial en México al 2005	189

Apéndice B. Mapeo de Promotores en Latina América, Argentina Colombia y Chile (Kerik, et al. 2012)	201
---	-----

Índice de figuras

Fig. No. 1.1 Mapa de los Estados Unidos Mexicanos.....	7
Fig. No. 1.2 Número de unidades económicas y personal ocupado, según entidad federativa	9
Fig. No. 1.3 Panorama sociodemográfico del estado de Tabasco	10
Fig. No. 1.4 División administrativa del estado de Tabasco	11
Fig. No. 2.1 Etapas de la ciudadanía corporativa	34
Fig. No. 2.2 Participantes del Pacto Mundial en México	41
Fig. No. 2.3 Aliados del Forum Empresa	49
Fig. No. 2.4 Mapeo de Promotores de RSE en México.....	60
Fig. No. 2.5 Plantilla de campos, necesidades de información, variables y preguntas	78
Fig. No. 3.1 Fórmula para determinar la muestra	80
Fig. No. 4.1 Sector económico de las empresas de estudio	85
Fig. No. 4.2 Ventas del año anterior.....	87
Fig. No. 4.3 Importancia de la ética empresarial en diferentes aspectos.....	90
Fig. No. 4.4 Acciones realizadas por las empresas para fortalecer la ética empresarial	91
Fig. No. 4.5 Responsable de los asuntos éticos	92
Fig. No. 4.6 Empresas que cuentan con documentos éticos	94
Fig. No. 4.7 Razones por las que carece de documentos éticos.....	95
Fig. No. 4.8 Tipo de documentos éticos implementados.....	96
Fig. No. 4.9 Responsables de la elaboración de los documentos éticos.....	97
Fig. No. 4.10 Medios de difusión de documentos éticos.....	99
Fig. No. 4.11 Grado de importancia que conceden los empresarios a la RSE para con sus interlocutores.....	103
Fig. No. 4.12 Niveles jerárquicos que intervienen para determinar acciones de RSE.....	104
Fig. No. 4.13 Actores que aplican las acciones de RSE.....	106
Fig. No. 4.14 Acciones de RSE que realizan las empresas	107

Fig. No. 4.15 Beneficiados con las acciones de RSE enfocadas a la salud	108
Fig. No. 4.16 Acciones de RSE relacionadas con la educación.....	110
Fig. No. 4.17 Acciones de RSE relacionadas con el arte y la cultura	111
Fig. No. 4.18 Generación de desechos peligrosos como consecuencia de las actividades productivas	113
Fig. No. 4.19 Tratamiento que se da a desechos peligrosos	114
Fig. No. 4.20 Tratamiento que se da a desechos no peligrosos	115
Fig. No. 4.21 Otras actividades que realizan las empresas que generan desechos peligrosos, como protección del medio ambiente	116
Fig. No. 4.22 Propósitos de la empresa al realizar acciones de RSE	118
Fig. No. 4.23 Tipo de recursos utilizados para ejercer las acciones de RSE	119
Fig. No. 5.1 Portal TabascoRSE	127

Índice de tablas

Tabla No. 1.1. Estratificación de las empresas por número de trabajadores	7
Tabla No. 1.2 Empresas del estado de Tabasco integradas al SIEM	12
Tabla No. 1.3 Empresas medianas por municipio y sector integradas al SIEM en el estado de Tabasco	12
Tabla No. 4.1 Sector económico de las empresas de estudio	85
Tabla No. 4.2 Ventas del año anterior	86
Tabla No. 4.3 Importancia de la ética para expresar valores corporativos	88
Tabla No. 4.4 Importancia de la ética para establecer políticas éticas	88
Tabla No. 4.5 Importancia de la ética para favorecer la excelencia humana	88
Tabla No. 4.6 Importancia de la ética para evitar conductas deshonestas	89
Tabla No. 4.7 Importancia de la ética para construir la identidad corporativa	89
Tabla No. 4.8 Importancia de la ética para fomentar la cultura corporativa	89
Tabla No. 4.9 Importancia de la ética para mejorar la imagen corporativa	89
Tabla No. 4.10 Resumen de la importancia de todos los aspectos	90
Tabla No. 4.11 Acciones realizadas por las empresas para fortalecer la ética empresarial	91
Tabla No. 4.12 Responsable de los asuntos éticos	92
Tabla No. 4.13 Empresas que cuenta con documentos éticos	93
Tabla No. 4.14 Razones por las que carecen de documentos éticos	94
Tabla No. 4.15 Tipo de documentos éticos implementados	96
Tabla No. 4.16 Responsables de la elaboración de los documentos éticos	97
Tabla No. 4.17 Medios de difusión de documentos éticos	98
Tabla No. 4.18 Grado de importancia de la RSE para con los trabajadores	100
Tabla No. 4.19 Grado de importancia de la RSE para con propietarios y/o accionistas	100

Tabla No. 4.20 Importancia de la RSE para con los clientes.....	101
Tabla No. 4.21 Importancia de la RSE para con los proveedores.....	101
Tabla No. 4.22 Importancia de la RSE para con el medio ambiente	101
Tabla No. 4.23 Importancia de la RSE para con la comunidad	102
Tabla No. 4.24 Resumen del grado de importancia que conceden a la RSE para con sus interlocutores.....	102
Tabla No. 4.25 Niveles jerárquicos que intervienen para determinar acciones de RSE	104
Tabla No. 4.26 Actores que aplican las acciones de RSE	105
Tabla No. 4.28 Beneficiados con las acciones de RSE enfocadas a la salud	108
Tabla No. 4.29 Acciones de RSE relacionadas con la educación	109
Tabla No. 4.30 Acciones de RSE relacionadas con el arte y la cultura	111
Tabla No. 4.31 Generación de desechos peligrosos como consecuencia de las actividades productivas	112
Tabla No. 4.32 Tratamiento que se da a desechos peligrosos.....	113
Tabla No. 4.33 Tratamiento que se da a desechos no peligrosos.....	114
Tabla No. 4.34 Otras actividades que realizan las empresas que generan desechos peligroso como protección del medio ambiente	116
Tabla No. 4.35 Propósitos de la empresa al realizar acciones de RSE	117
Tabla No. 4.36 Tipo de recursos utilizados para ejercer las acciones de RSE	119

Capítulo I

Introducción

1.1 Justificación del tema elegido

El entorno de globalización en el que se mueve el mundo empresarial, se enfrenta cada vez más a problemas de naturaleza ética como son la corrupción, el fraude fiscal, los abusos en el campo laboral y comercial, la falta de consciencia para respetar el medio ambiente, entre otros (Fokkelman, 2001) en el suplemento "La crítica" del Mundo, hace alusión a actos de violación de los derechos humanos. En el mundo unos 12 millones de niños menores de 14 años trabajan en las llamadas fábricas del sudor del Tercer Mundo produciendo la ropa, los juguetes o los ordenadores que compra Occidente. Otro ejemplo de dichos abusos es el que se lleva a cabo en la industria textil cuyas empresas facturan 6.000 millones de euros y emplean a menores salvadoreños para coser 80 camisetas por hora a cambio de 10 euros diarios. El 90 % de las prendas de vestir de última moda se fabrican a precios irrisorios en algunas de las zonas de libre comercio del sureste asiático, América Latina o el este de Europa. En las llamadas fábricas del sudor trabajan millones de mujeres y niños en jornadas de entre 60 y 84 horas semanales por un sueldo que no suele sobrepasar el 0,4% del precio de venta del artículo. Sin embargo, simultáneamente y aun cuando parezca paradójico, cada vez más ciudadanos y empresas se sensibilizan a trabajar en ambientes de responsabilidad social. Como indicadores de tales comportamientos están los múltiples organismos que han surgido para contribuir y fortalecer el comportamiento de responsabilidad social en las empresas, enfocadas hacia cuatro líneas estratégicas de acción: ética empresarial, calidad de vida, vinculación-compromiso con la comunidad y preservación del medioambiente; otro indicador es la creciente importancia que en la literatura económica y gerencial se confiere a temas relacionados con la ética en los negocios y la responsabilidad social de las empresas.

En éste proceso, las empresas sin importar su tamaño tienen un papel decisivo por su influencia a escala global; pueden ser un elemento positivo para el desarrollo de los pueblos o al contrario favorecer la corrupción, el estancamiento social y aplicar su enorme potencial destructor en el medio ambiente. (BBC Mundo 2002, Mayo 27) publicó un artículo sobre los actos de corrupción

y soborno el cual menciona que: en México este problema ha alcanzado dimensiones impresionantes, por lo que diversos organismos e instituciones de educación superior se han interesado por investigar al respecto, tal es el caso del Instituto Tecnológico de Monterrey, que realizó un estudio titulado "La corrupción gobierno-empresas en México", el cual arrojó datos reveladores. Por ejemplo, estableció que 62% de las compañías que operan en México admiten que destinan una porción de sus ingresos a pagar sobornos a funcionarios públicos para obtener algún beneficio.

Día con día México demanda cada vez más que las empresas [a través de la opinión generada de los clientes, trabajadores y sociedad en general], realicen sus actividades siendo socialmente responsables, materializándose estas acciones en beneficios que contribuyan al desarrollo, bienestar y mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la sociedad que le rodea.

Según declaración realizada por la firma PriceWaterhouseCoopers, México deja de percibir más de 8 mil quinientos millones de dólares anuales de inversión, por corrupción y falta de transparencia a la hora de abrir un negocio o de participar en los procesos de licitación con el gobierno, asimismo la Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo [SECODAM] menciona que la falta de transparencia en los negocios se traduce en un costo equivalente a un impuesto del 15% sobre la inversión, por lo que nuestro país dejó de percibir en el 2001 más de 8 mil 500 millones de dólares. (El universal: 2002, Octubre 12).

De lo anteriormente planteado se justifica la importancia de realizar una investigación que permita detectar el grado de importancia que las medianas empresas tabasqueñas conceden a aspectos de ética y responsabilidad social y si estos son respaldados y reforzados a través del uso de documentos éticos, que permitan fortalecer temas que contribuyan a que las empresas se interesen en actuar dentro de un marco de responsabilidad social, y con ello disminuir la corrupción y elevar el nivel de vida de la sociedad.

1.2 El problema de investigación

1.2.1 Planteamiento del problema

En los últimos años, la empresa se ha constituido en una institución social muy importante, porque lo que una empresa haga o deje de hacer afecta directamente a sus trabajadores, el entorno y la comunidad con la que interactúa.

Esta responsabilidad, lleva por tanto, a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, que permita a la empresa ser más competitiva no a costa de, sino respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en las que opera y del entorno, atendiendo las expectativas de todos sus participantes: trabajadores, inversionistas, colaboradores, directivos, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad. La acción responsable integral se da en función a cuatro líneas estratégicas de competencia: ética empresarial, calidad de vida, vinculación y compromiso con la comunidad y preservación del medioambiente.

La situación actual ética que se presenta en las empresas pone de manifiesto el gran interés en éstos aspectos, constantemente los titulares de los diarios nos hacen llegar noticias de grandes escándalos que afectan y conmueven el entorno financiero, ante éste grave problema de corrupción que se presenta en casi todos los países del mundo en mayor o menor grado, por lo que es necesario hacer un replanteamiento acerca de la función social de las empresas; ya que las acciones corruptas en los negocios conllevan a los países a tener grandes pérdidas y a deteriorar la calidad de vida de sus habitantes, en México se tiene que el sector productivo pierde anualmente 120 mil millones de dólares por prácticas corruptas, equivalentes al 20% del producto interno bruto, de acuerdo a un estudio realizado por la Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa

del Consumidor, [AMEDEC]¹. (Cardozo, 2001). De alguna manera estos acontecimientos ponen de manifiesto que la ética no puede ser una moda en la actividad económica y empresarial, sino una cualidad intrínseca, es necesario y primordial para la vida sana de los negocios que estos trabajen en entornos éticos y de responsabilidad social.

En un mundo que ha perdido confianza se hará cada vez más difícil establecer reglas justas y con equidad, que permitan la realización de negocios honestos; tal vez por esto la ética toma trascendencia y se han extendido en las organizaciones diferentes mecanismos para institucionalizar un comportamiento moral, uno de ellos es el nacimiento de códigos de conducta y otros documentos de carácter ético, que tienden a institucionalizar y reforzar la actuación ética y la transmisión de valores al interior de las empresas.

Asimismo, diversos factores impulsan a las empresas a trabajar bajo un entorno de responsabilidad social, tales como: Las nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, inversores y gobiernos en el contexto de la globalización; el cambio industrial a gran escala; los criterios sociales que influyen cada vez más en las decisiones de inversión de las personas o de las instituciones, tanto en su calidad de consumidores como de inversores; la preocupación creciente sobre el deterioro del medio ambiente provocado por las actividades industriales; y la transparencia de las actividades empresariales propiciada por las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

De manera general los análisis éticos, la consolidación y transmisión de valores de directivos y fundadores hacia todos los integrantes de las instituciones, el surgimiento de documentos éticos como un medio para explicitar dichos valores y la actuación en entornos de responsabilidad

¹ AMEDEC es una organización de ciudadanos en Red es una iniciativa de Metrópoli 2025, asociación civil fundada en 2004, sin fines de lucro, cuyo principal objetivo es el estudio y difusión de los principales problemas de la ciudad y el desarrollo de propuestas para su resolución, tiene por objeto promover y lograr una participación ciudadana independiente, informada, propositiva y exigente en la solución de los problemas urbanos que vive la ciudadanía y así contribuir a mejorar la calidad de vida en la metrópoli

social en las organizaciones, se ha centrado en las grandes empresas y transnacionales, así se tiene que “En el contexto europeo, el concepto de responsabilidad social se aplica sobre todo a las grandes empresas, si bien es que en todos los tipos de empresas públicas y privadas, incluidas las pequeñas y medianas empresas y las cooperativas, existen prácticas socialmente responsables” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001). Esta misma problemática se presenta en México, aún cuando cada vez mayor número de empresas se comprometen a ser socialmente responsables, no obstante siguen siendo las multinacionales y las grandes organizaciones las que tienen el liderazgo en estas actividades y poco o nada se ha estudiado en pequeñas y medianas empresas, las cuales son sin duda alguna el motor de la economía, en especial en el estado de Tabasco, no existe ningún antecedente en relación a estudios de ésta naturaleza, es por eso que éste trabajo se enfocará al campo de la mediana empresa, elaborando un estudio de casos para éste Estado.

1.2.2 Delimitación del caso de estudio

La investigación tuvo como campo de estudio a las medianas empresas ubicadas en el estado de Tabasco; entendiéndose por medianas empresas lo señalado en el artículo 3º. Fracción 3 de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa [MIPyMES]², con base en la estratificación establecida, de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, publicada en el Diario Oficial de la Federación [DOF] del 30 de diciembre de 2002 [ver tabla 1.1], en éste artículo se señala que la clasificación de las empresas se fijará de acuerdo al número de trabajadores que estas tengan: considerándose medianas empresas aquellas

² Con fecha 30 de diciembre de 2002, se publicó en el Diario Oficial de la Federación [DOF], la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, misma que en términos de los artículos 5, 9 y 11 dispone que la Secretaría de Economía, tendrá como responsabilidades la ejecución de políticas y acciones de fomento a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas, en las que deberá considerar la capacitación y formación empresarial; el fomento para la constitución de incubadoras de empresas y la formación de emprendedores; la formación, integración y apoyo a las cadenas productivas y agrupamientos empresariales; la modernización, innovación y desarrollo tecnológico; el desarrollo de proveedores y distribuidores; la consolidación de la oferta exportable, y promover esquemas para facilitar el acceso al financiamiento público y privado.

que tienen entre 31 a 100 trabajadores para caso del sector comercio; 51 a 250 para la industria y 51 a 100 para el sector servicio. (Cámara de Diputados 2002).

ESTRATIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS POR NÚMERO DE TRABAJADORES			
SECTOR/TAMAÑO	No. DE TRABAJADORES		
MICRO	0-10	0-10	0-10
PEQUEÑA	11-50	11-30	11-50
MEDIANA	51-250	51-100	51-100

Tabla No. 1.1. Estratificación de las empresas por número de trabajadores
Fuente: Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Tabasco es una de las 32 entidades federativas que conforman los Estados Unidos Mexicanos, de acuerdo a información del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática [INEGI]³ se localizan en la zona del trópico [Fig. 1.1], la entidad se extiende desde la llanura costera del Golfo de México hasta las sierras del norte de Chiapas, al oriente colinda con el estado de Campeche y la República de Guatemala y al occidente con el estado de Veracruz; se localiza en la zona del trópico. (INEGI, 1995).



Fig. No. 1.1 Mapa de los Estados Unidos Mexicanos
Fuente: INEGI. Información estadística

³ El INEGI es el Instituto encargado de generar estadística básica en México, la cual obtiene de tres tipos de fuentes: censos, encuestas y registros administrativos, así como estadística derivada, mediante la cual produce indicadores demográficos, sociales y económicos, además de contabilidad nacional..

Según la información más reciente, las unidades económicas [empresas] y el personal ocupado en las mismas por entidad federativa de acuerdo a los censos económicos de 2010 [Fig. 1.2], es de 5 millones 144 mil 56 unidades económicas. En Tabasco se ubican el 1.8% de éstas, lo cual corresponde a 92 mil 593 empresas abarcando estas desde micro hasta grandes empresas; considerando un promedio de 10 trabajadores por empresa, el personal ocupado por las unidades económicas en México es de 51 millones 440 mil 560 personas aproximadamente, si al Estado le corresponde el 1.8%, se tiene que el personal ocupado por el total de las unidades económicas en Tabasco equivale a 925 mil 930 personas, (INEGI, 2010).

El panorama sociodemográfico del estado de Tabasco [Fig. 1.3] se muestra de acuerdo al concentrado de datos del último censo de población y vivienda realizado en 2010, (INEGI, 2011).

El Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal [INFAED]⁴, menciona que para efectos de su división administrativa el estado de Tabasco se encuentra dividido en 17 municipios: Balancán, Cárdenas, Centla, Centro, Comalcalco, Cunduacán, Emiliano Zapata, Huimanguillo, Jalapa, Jalpa de Méndez, Jonuta, Macuspana, Nacajuca, Paraíso, Tacotalpa, Teapa y Tenosique [Fig. No. 1.4], siendo su capital la Ciudad de Villahermosa que se localiza en el municipio del Centro, (INFAED, 2005).

⁴ *El Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Gobernación, cuyo objetivo es promover el Federalismo y ser parte del esfuerzo nacional por impulsar el Desarrollo Regional y Municipal de manera equilibrada.*

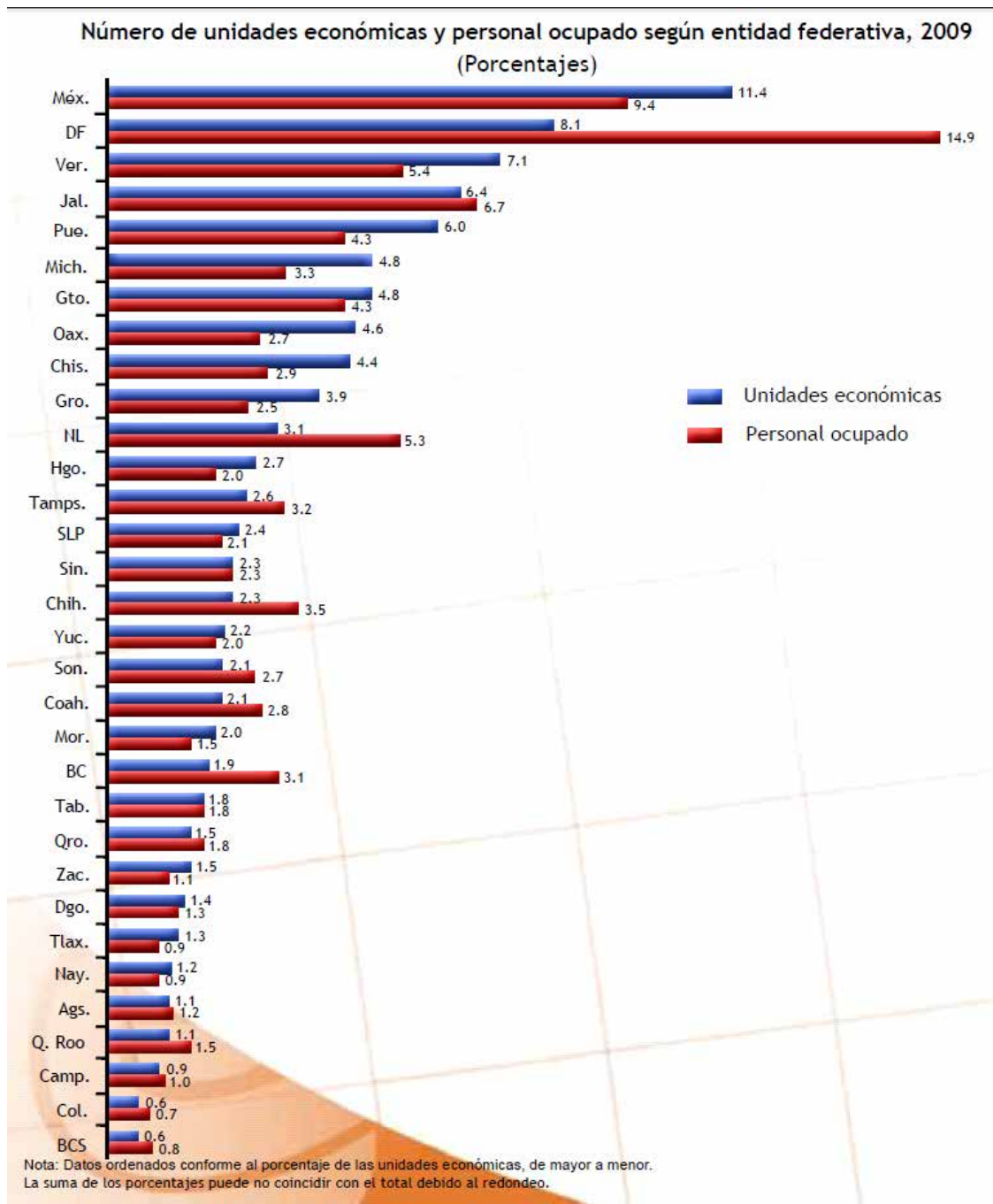


Fig. No. 1.2 Número de unidades económicas y personal ocupado, según entidad federativa
Fuente: INEGI (2010)

Fuente: INEGI (2011)

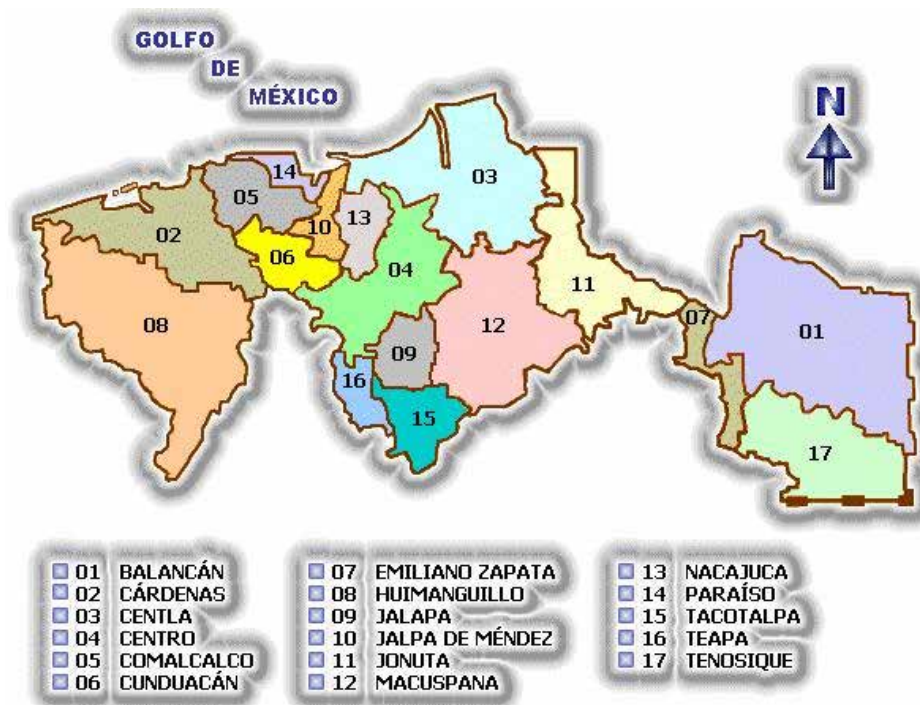


Fig. No. 1.4 División administrativa del estado de Tabasco
 Fuente: INFAED (2005).

A octubre de 2005 el Sistema de Información Empresarial Mexicano [SIEM]⁵ agrupaba a un total de 591.908 empresas, de las cuales 2.204 correspondían al estado de Tabasco, de estas 1.853 eran micro; 275 pequeñas; 60 medianas y 16 grandes empresas, agrupadas en tres sectores económicos: industrial, comercial y de servicios [Tabla. 1.2].

⁵ El Sistema de Información Empresarial Mexicano, integra un registro completo de las empresas existentes (que se integran de forma voluntaria) desde una perspectiva pragmática y de promoción, accesible a confederaciones, autoridades, empresas y público en general, vía Internet.

EMPRESAS DEL ESTADO DE TABASCO INTEGRADAS AL SIEM					
SECTOR	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	TOTAL
INDUSTRIA	325	151	34	8	518
COMERCIO	1077	187	18	21	1303
SERVICIOS	249	67	8	15	339
TOTAL	1651	405	60	44	2160
PORCENTAJES	75%	19%	4%	2%	100%
INFORMACION PORCENTUAL					
INDUSTRIA	20%	37%	21%	18%	23%
COMERCIO	65%	46%	54%	48%	60%
SERVICIOS	15%	17%	24%	34%	16%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla No. 1.2 Empresas del estado de Tabasco integradas al SIEM
Fuente: Diseño del autor con información obtenida del SIEM

Las 60 medianas empresas integradas al SIEM que conformaron el universo de estudio se encontraban ubicadas en los municipios que integran el estado de Tabasco, repartidas en los tres sectores económicos, como se aprecia en la tabla 1.3

EMPRESAS MEDIANAS DEL ESTADO DE TABASCO INTEGRADAS AL SIEM								
ENTIDAD FEDERATIVA	INDUSTRIA	%	COMERCIO	%	SERVICIO	%	TOTAL	%
Balancán	1	3%	0	0%	0	0%	1	2%
Cárdenas	3	9%	1	6%	0	0%	4	7%
Centla	0	0%	0	0%	1	13%	1	2%
Centro	26	76%	14	78%	5	63%	45	75%
Comalcalco	1	3%	2	11%	0	0%	3	5%
Macuspana	2	6%	0	0%	1	13%	3	5%
Nacajuca	1	3%	0	0%	0	0%	1	2%
Teapa	0	0%	1	6%	1	13%	2	3%
TOTAL	34	100%	18	100%	8	100%	60	100%

Tabla No. 1.3 Empresas medianas por municipio y sector integradas al SIEM en el estado de Tabasco
Fuente: Diseño del autor con información obtenida del SIEM

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo general

Los objetivos son sin duda alguna, elementos fundamentales en toda investigación, ya que éstos indican lo que se quiere lograr, lo cual va ligado a la problemática presentada. Es por ello que el objetivo general de ésta investigación está centrado en mostrar que la ética en las empresas y el reconocimiento de su responsabilidad social, no solo en su entorno local, sino internacional, son elementos esenciales para una supervivencia rentable y de largo plazo, así como un medio para incrementar su competitividad y conservar unas relaciones adecuadas con la sociedad, en las cuales se vean beneficiados el entorno ecológico, la sociedad es su conjunto y los accionistas de las empresas.

Aquí cabe mencionar dos aspectos importantes: el primero de ellos, como bien lo menciona José Luis Fernández:

“.... la responsabilidad particular es siempre ineludible y la apelación a la virtud personal es naturalmente loable, no todos los casos de inmoralidad en éstos dominios son fruto exclusivo de una falta de ética individual. Muchas veces traen causas de problemas más profundos que se escapan a la acción personal – causas sistémicas, ubicadas en el nivel de unas estructuras injustas o pervertidas. Otras veces son resultado de la ingenuidad, la inadvertencia y, sobre todo, de la falta de un diseño claro y operativo de políticas organizativas que impidan las malas prácticas y fomenten las buenas actuaciones; es decir: son producto de una falta de ética de la organización como tal, apuntan a una laguna –y muy seria, por cierto- en la cultura empresarial, que requiere un tratamiento de choque un poco más complejo que la simple –aunque, repito, siempre necesaria exhortación a la virtud individual; y que, en todo caso y como primera providencia, exige replantearse el sentido, la razón de ser de la empresa y su papel en la sociedad.” (Fernández, 2002: p. 95).

Y el segundo, que la gestión ética y la responsabilidad social no son los únicos elementos que conllevan a solucionar éste problema, otro aspecto muy importante, aunque no es el propósito de ésta investigación son los modelos de liderazgo observados en las instituciones.

1.3.2 Objetivos particulares

- Determinar el grado de introducción y aplicación de documentos éticos formales (códigos, declaración de valores y credos corporativos entre otros) en la mediana empresa tabasqueña, conocer quienes los elaboran y que acciones realizan para difundirlos.
- Determinar qué acciones de responsabilidad social realizan las medianas empresas tabasqueñas, quienes las implementan, a quienes benefician, y conocer si éstas son concebidas como acciones aisladas o las han implementado en su estrategia corporativa.
- Buscar fundamentos teóricos que permitan dar a conocer a las empresas la importancia de que éstas, no sean concebidas como una mera unidad productora de bienes y servicios sino como, una comunidad de personas en la cual hombres y mujeres desarrollan parte de su vida y pueden contribuir a beneficiar a la sociedad y a la propia empresa.

1.4 Formulación de hipótesis

En virtud de que un trabajo de investigación no puede conducirse a ciegas, sino que se inspira en los conocimientos y otros estudios disponibles, se opta por probar ciertas afirmaciones que constituirán las hipótesis de trabajo, las cuales se formulan de acuerdo a los conocimientos del investigador en coherencia con las fuentes presentadas en el estado del arte, mismas que se detallan a continuación:

- a) La existencia de una cultura ética reflejada en sus documentos éticos, facilita la aplicación de los mismos y permite valorar la actuación de la empresa respecto a su proyección social.
- b) Las empresas que asumen su responsabilidad social, más allá de la maximización de los beneficios de sus accionistas, fortalecen su reputación ante la sociedad y obtienen la fidelidad de sus clientes.

c) La ética y la responsabilidad social son elementos importantes que complementan la obtención de una ventaja competitiva

1.5 Resultados esperados

Este estudio es de gran utilidad ya que permitirá identificar la situación ética y de responsabilidad social que guardan las medianas empresas afiliadas al Sistema de Información Empresarial en el estado de Tabasco, para que a partir de ahí se propongan alternativas que permitan concientizar a los empresarios de las ventajas que trae consigo trabajar bajo entornos éticos y de responsabilidad social, ventajas tales como: obtener o fortalecer el prestigio de la organización; la confianza de clientes y proveedores; la motivación y lealtad de su personal; alcanzar una mayor competitividad; la comprensión y apoyo de la comunidad; el mejoramiento en el desempeño financiero; la reducción de costos operativos y la permanencia en el mercado a mediano y largo plazo.

1.6 Estructura del trabajo

El trabajo se presenta en cinco capítulos que se describen a continuación:

En el capítulo I Introducción, se justifica en primera instancia el tema elegido, se presenta el planteamiento de la investigación, se delimita el caso de estudio, se definen los objetivos, se plasman las hipótesis, y finalmente se prevén los resultados esperados.

En el capítulo II Marco teórico, se presenta en primer lugar el estado del arte en el que se hace referencia a las principales investigaciones que se han realizado con relación al ámbito de estudio; posteriormente se presenta el marco conceptual en el que se abordan las teorías y postulados acerca del tema de investigación, los cuales son elementos fundamentales para orientar al lector sobre la información que se utilizará en el desarrollo de la misma y por último

se presenta el marco histórico en el cual se hace alusión a la evolución que ha tenido la responsabilidad social en el mundo y en México.

El capítulo III La investigación de campo, presenta la metodología que se utilizó para el desarrollo de la investigación, el procedimiento para el diseño de los instrumentos, se narran los sucesos que se suscitaron durante la aplicación de la prueba piloto y se concluye con la determinación de la muestra.

El capítulo IV Análisis e interpretación de los resultados, muestra el procesamiento de los datos obtenidos y la interpretación que de los mismos se realizó.

Finalmente en el capítulo V. Conclusiones, recomendaciones y trabajos futuros, se presentan las conclusiones más relevantes de ésta tesis doctoral, se plantean recomendaciones para promover la responsabilidad social en México y se proponen algunas investigaciones que permitan dar continuidad a éste trabajo para ahondar en aspectos éticos y de responsabilidad social.

Capítulo II

Marco teórico

2.1 Estado del arte

Se puede decir que la ética es tan antigua como la humanidad, ya que desde que los seres humanos percibieron que unos modelos de vida son más dignos de ser vividos que otros, fueron tomando conciencia de que hay una forma del saber, que trata de encauzar la vida para que sea digna de ser vivida, o lo que es lo mismo, justa y feliz. Que es finalmente a lo que pueden aspirar las personas o las sociedades, a esto el mundo griego le puso el nombre de <ética> y el latino de <moral>. La ética en su estado actual nace en la década de los 70's en Estados Unidos, a raíz de escándalos como los del Watergate, permitiéndose algunos autores [como Bowie] incluso a fijar la fecha de su nacimiento en "noviembre de 1974", a partir de éste momento proliferan los códigos de ética empresarial, las relaciones de derechos de los empleados, las publicaciones y seminarios sobre el tema, y se plantea con vigor la pregunta ¿El porqué de la responsabilidad social de las empresas? (Cortina, 1997).

El interés en la investigación de la ética en los negocios tiene sus orígenes en los Estados Unidos, aumentando lentamente en los años setenta y experimentando un rápido crecimiento después de esta década, expandiéndose este interés a países europeos y otros países del mundo tanto en su campo teórico como empírico, presentándose una mayor incidencia en este último. Los temas que en los últimos años han representado mayor interés entre los diversos investigadores han sido los que tienen relación con la ética de los negocios internacionales, abarcando aspectos transculturales, la ética empresarial en el medio ambiente, la ética del marketing, la implementación de códigos éticos, la ética y la teoría de los agentes sociales [stakeholders] la ética y el buen gobierno de la empresa [Corporate governance] y la enseñanza de la ética empresarial.

En el campo de la ética de los negocios internacionales, abarcando aspectos transculturales, uno de los trabajos pioneros que ha servido de base a numerosos trabajos de investigación posteriores,

es el de (Baumhart, 1961), que trata de la primera investigación empírica sobre el tema de la ética de los negocios. Sus principales objetivos fueron conocer:

1. La postura ética de los gestores en determinadas situaciones, especialmente a través de la confrontación con los dilemas éticos;
2. Los factores que influyen en la conducta ética de los gestores;
3. Las prácticas no éticas en la actividad empresarial; y
4. El punto de vista de los gestores en relación a los esfuerzos de las empresas en la institucionalización de una ética empresarial.

Desde entonces, en Estados Unidos se han realizado muchas réplicas de este estudio con objeto de diagnosticar la evolución de la ética empresarial en este país (Brenner & Molander, 1977; Becker & Fritzsche, 1987; Center for Business Ethics, 1986 y 1992; Vitell & Festervand, 1987 y Vitell, Dickerson, & Festervand, 2000)

Otro estudio importante en el ámbito de la ética en los negocios internacionales, es sin duda el de (Jeurissen y Van Luijk, 1998) que tuvo como finalidad estudiar la forma en que los gestores de diferentes países perciben recíprocamente la postura ética; para lo cual realizaron una encuesta utilizando un modelo de investigación de tipo transversal a los gestores de nueve países de la Unión Europea (Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Italia, Holanda, España, Suecia y Reino Unido). Las tres cuestiones fundamentales de la investigación eran:

1. ¿Cómo se ven mutuamente los gestores de la Unión Europea en términos de conducta ética?
2. ¿Cómo se ven mutuamente los gestores de la Unión Europea en términos de calidad en las relaciones de negocios?, y
3. ¿Cuál es la relación entre las percepciones de la conducta ética de los gestores y la percepción de la calidad en las relaciones de negocios?

El campo de la responsabilidad social corporativa ha tenido una larga historia, "sin embargo, es en los últimos 50 años que se ha documentado formalmente este tema, a través de investigaciones que han enfocado en su mayoría a países desarrollados". (Carroll, 1999: p. 1).

No es ninguna novedad esperar que las empresas de hoy exhiban un comportamiento ético, sin embargo, durante la última mitad del siglo estas tendencias se han consolidado firmemente; Hoy en día, las empresas no sólo aspiran a ser éticas, sino también a practicar la “responsabilidad social” y ser “Empresas ciudadanas” (Carroll, 2000). Hablar de la empresa ciudadana es referirse a una organización que se concibe como empresa –y no, por lo tanto, como substituta o invasora del Estado; o como seductora o neutralizadora de los movimientos sociales o de las Organizaciones no Gubernamentales [ONG]⁶, Pero la asunción completa de sus responsabilidades resulta compleja: incluye un compromiso económico, humano, social y medioambiental. Una empresa es ciudadana en la medida en que se valora desde su contribución a la sociedad, y no simplemente desde su capacidad de maniobra en el mercado y ante la legislación. (Lozano, 2002).

(Geoffrey, 2001) Presenta una revisión del desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa [RSC], su concepto y sus cuatro componentes: los deberes económicos, legales, éticos y altruistas. Discute las diferentes perspectivas de un adecuado desempeño de la empresa con la sociedad, desde la obtención de ganancias hasta proveer de servicios a la comunidad y sostiene que mucha de la confusión y controversia que sobre la RSC se ha dado, proviene de un fracaso para distinguir entre las formas éticas, altruistas y estratégicas de la misma, en base a un examen completo de los argumentos en favor y en contra de la RSC altruista, concurre con Milton Friedman que ésta no es un papel legítimo del negocio y proponen que debe ser obligatoria, ya que nace en el concepto de deberes éticos y responsabilidades. Concluyen diciendo que la RSC como estrategia es buena para las empresas y la sociedad, y aconsejan que en la dirección estratégica empresarial la RSC debe jugar un papel fundamental para lograr la permanencia de la empresa en el mercado.

⁶ Las Organizaciones no gubernamentales, puede tener diversas formas jurídicas: asociación, fundación, cooperativa, ente otras. Nunca buscan las ganancias económicas, sino que son entidades de la sociedad civil que se basan en el voluntariado y que intentan mejorar algún aspecto de la sociedad. Su campo de acción puede ser local, nacional o internacional y algunos de los asuntos que incumben a este tipo de organizaciones son la asistencia sanitaria, la protección del medio ambiente, el fomento del desarrollo económico, la promoción de la educación y la transferencia tecnológica.

En el "Libro Verde" se menciona que en Europa cada día más empresas fomentan sus estrategias de responsabilidad social en respuesta a diversas presiones sociales, medioambientales y económicas, con el propósito de transmitir una señal a los interlocutores con los que interactúan: trabajadores, accionistas, inversores, consumidores, autoridades públicas y ONG. De esta manera las empresas invierten en su futuro, esperando que el beneficio que han aportado de forma voluntaria contribuya a mejorar su rentabilidad. Esta evolución refleja las mayores expectativas que despierta en los ciudadanos europeos y en todos los interesados la transformación del papel de las empresas en la nueva sociedad cambiante". (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001: pp. 3-4).

También se puede observar que en España la RSC irrumpe con especial vigor en la década de los noventa. No significa esto que con anterioridad no hubiera existido una seria preocupación por la ética de la empresa..., sino que es a partir de los noventa cuando se introduce una ética de los negocios que asume y discute tradiciones filosóficas... Nace la rama española de la EBEN [European Business Ethics Network], prosigue sus discusiones en Navarra el seminario de Empresa y Humanismo, en las Escuelas de Negocios se introduce como asignatura la Ética de la Empresa..." (Cortina, 1997). Actualmente son diversas las Universidades, Instituciones y Organismos que realizan estudios referentes a temas éticos y de RSC, así se tiene que el Instituto de Estudios Superiores de la Empresa [IESE], cuentan con la línea prioritaria de investigación: Fundamentos Antropológicos y Éticos de las Organizaciones y la Dirección de Empresas; dirigidas por los profesores Doménec Melé y Juan Fontrodona, dentro de la cual se han realizado diversas investigaciones relacionadas con la ética y la RSC que han dado origen a varias publicaciones, también se tiene que el Foro para la Evaluación de la Gestión Ética [Forética]⁷ publicó un informe que trata de la situación referente a la gestión ética y responsabilidad social

⁷ El Foro para la Evaluación de la Gestión Ética es la asociación de empresas y profesionales de la RSE líder en España, que tiene como misión fomentar la cultura de la gestión ética y la responsabilidad social dotando a las organizaciones de conocimiento y herramientas útiles para desarrollar con éxito un modelo de negocio competitivo y sostenible.

de las organizaciones en España (Forética, 2002); y la lista es tan exhaustiva que sería imposible mencionarlas a todas.

Es satisfactorio comprobar que temas tan importantes para el desarrollo económico de los países no son privativos de las grandes potencias económicas; en Latinoamérica cada vez más hay una clara aceptación y compromiso en el sector empresarial de que las prácticas de transparencia y valores éticos en los negocios contribuyen, no sólo a mejorar la competitividad económica de un sector o país, sino también al sostenimiento de un entorno político estable y evolutivo. Como dijo Joseph M. Lozano, Director del Instituto Persona, Empresa y Sociedad [IPES]: "He tenido que volver a Buenos Aires y he vuelto a constatar que en América Latina existen, como en tantas otras cuestiones, voces propias que contribuyen al desarrollo de todo lo que se refiere a la Responsabilidad Social de la Empresa". (Roca, 2002-2003).

Aún cuando las empresas mexicanas tienen cada vez mayor concientización por ser socialmente responsables, siguen siendo las empresas multinacionales las que tienen el liderazgo en estas actividades, no obstante con el paso del tiempo, un mayor número de empresas nacionales están reconociendo la importancia que reviste el actuar con responsabilidad social en su comunidad.

En Latinoamérica incluyendo México, los estudios referentes a ética y responsabilidad social también han ido evolucionando. (Vives; Corral; e Isasi, 2005), realizaron un estudio auspiciado por el Banco Interamericano de Desarrollo que analiza la situación de la responsabilidad social y medioambiental de las Pequeñas y Medianas Empresas [PyMES] de ocho países de Latinoamérica y el Caribe, el cual contempló:

1. La revisión de literatura sobre RSE y PyMEs,
2. Aplicación de una encuesta a 1.330 PyMES para detectar la situación de RSE existente en los países de estudio, las cuales se aplicaron como sigue: Argentina 176, Brasil 173, Chile 166, Colombia 150, El Salvador 214, México 150, Perú 150 y Venezuela 151; así como ocho

casos de estudios en PyMEs que reflejan actividad en el campo de la RSE, uno por cada país integrante de la muestra,

3. Identificación, descripción y análisis de iniciativas nacionales para incentivar la RSE en el conjunto de los ocho países latinoamericanos de estudio,
4. La Realización de diversas entrevistas con informantes privilegiados para aportar información relevante, y
5. Elaboración de conclusiones y recomendaciones derivadas de los resultados.

En una investigación sobre la RSE en Chile, hacen referencia a la evolución que ha tenido la RSE tanto en el plano mundial como local, por lo cual universidades, fundaciones y organizaciones empresariales están abordando el tema desde una perspectiva conceptual y práctica, el objetivo principal de su investigación es ayudar al entendimiento de la RSE y descubrir las potencialidades de desarrollo que tiene esta, en dicho país. Dan a conocer cuáles son los aspectos más importantes de la RSE para los ejecutivos chilenos, y las acciones que estos realizan. (Feferholtz y Ramírez, 2004).

En la investigación realizada por Mayorga y Jaime, (2001). Presentan información de gran trascendencia, ya que detallan temas de ética y RSE no sólo en Colombia, lugar en el que fue realizada sino que también aborda lo que es toda América, plasman los beneficios que obtienen las empresas al aplicar acciones de RSE, y como éstos se reflejan en una mayor dimensión cuando ésta se realiza más allá del entorno interno.

Un estudio auspiciado por el Instituto de Investigaciones sobre Desarrollo Sustentable y Equidad Social [IIDSES]⁸ y la Red Puentes-México, que realizó Patricia Greaves, muestra el

⁸ *El Instituto de Investigaciones sobre Desarrollo Sustentable y Equidad Social, pertenece a la Universidad Iberoamericana, y nace en el año 2003 como una iniciativa ante los desafíos del entorno social, para promover investigaciones que sirvan de base para orientar el diseño, la instrumentación y la evaluación de las políticas públicas de México sobre desarrollo, pobreza, equidad social y sustentabilidad ambiental, el IIDSES considera estratégico el papel del Estado y de la sociedad civil para reorientar estos procesos, por ello promueve proyectos de*

conocimiento, percepción y postura de un grupo de empresarios mexicanos en torno a la RSE, así como algunas de las repercusiones que las nuevas tendencias externas han tenido en México, igualmente presenta algunos factores que inhiben o fomentan las prácticas socialmente responsables en el país, y sugiere una tipología que grosso modo engloba la visión y/o prácticas predominantes de dichas empresas, como resultado de las nuevas tendencias externas o de procesos autónomos locales. La investigación consistió en un sondeo realizado en cinco entidades federativas del país: Yucatán, Chihuahua, Nuevo León, Jalisco y Distrito Federal; en él se compara la visión social y respuesta de empresarios de distintos contextos económicos, sociales, políticos y culturales. El estudio contempló la realización de 30 entrevistas abiertas a dueños o ejecutivos de algunas grandes y medianas empresas de los principales giros locales, dirigentes de las cámaras y una fundación corporativa, quedando repartidos estos como sigue: Yucatán seis empresas y dos cámaras; Chihuahua seis empresas y siete cámaras; Nuevo León cuatro empresas y una cámara; Jalisco tres empresas, una cámara y una fundación y Distrito Federal cinco empresas. En algunos casos también se entrevistaron adicionalmente personajes importantes del medio académico, político y de la sociedad civil local, dentro de los resultados presentados enfatiza que la visión y postura de los empresarios mexicanos frente a su responsabilidad social está influenciada por una multiplicidad de factores históricos, económicos, sociales, culturales y políticos. Señala que las prácticas de RSE, en cualquiera de sus formas, pueden ser el resultado del proceso de evolución de la misma compañía [ensayo y error], más que el resultado de la adopción deliberada de un determinado modelo, o de la influencia de alguna institución. Dichas experiencias, aunque escasas, pueden garantizar mayor permanencia de las prácticas de RSE y resultar un aliciente para otras empresas del país. (Greaves, 2006).

Gómez (2003) expone la importancia que ha venido adquiriendo el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, y como los directivos de diversas empresas se comprometen cada vez más a dirigir las, basados en un enfoque de RSE, para ello se adhieren a asociaciones que se encargan de

promover, reconocer y difundir la RSC, asimismo, hace énfasis especial en cómo ha ido incursionando la RSE en México y la importancia que tiene para la economía, concluye mencionando que en México no se cuenta con una percepción única y homogénea de lo que es la RSE, por lo que las prácticas que se realizan en su nombre son diversas.

En otro trabajo enfatiza la importancia de que tanto empresas, gobierno y asociaciones de profesionales se involucren en la Responsabilidad Social, ya que considera que ésta representa un elemento importante para mejorar los niveles de vida de la sociedad, expone las limitaciones que se presentan en México en materia de RSE, mencionando que la participación que en estos temas han tenido asociaciones profesionales de México es casi nula, por lo que enfatiza la necesidad de que éstas se integren en estos aspectos tan importantes que conllevan a elevar el nivel de vida de las sociedades y a preservar su entorno. Concluye proponiendo algunas alternativas que permitan la integración del gobierno, empresas y asociaciones. (Gómez, 2004).

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Alcance del concepto de Responsabilidad Social en base a Organismos Internacionales y Nacionales

En éste apartado se presentan las principales teorías y postulados, que permiten familiarizarse con el tema de investigación.

El concepto de responsabilidad social corporativa ha tenido una larga historia, sin embargo, es en los últimos 50 años que se ha documentado formalmente este tema, a través de investigaciones que se han enfocado en su mayoría a países desarrollados. (Carroll, 1999).

A continuación se presentan algunas definiciones de Responsabilidad Social de los principales organismos internacionales, españoles y mexicanos que la promueven.

Aun cuando el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. PMNU, [UNGC por sus siglas en inglés: United Nations Global Compact] no define expresamente el concepto de Responsabilidad Social en su texto integrado por una breve declaración de principios, de los documentos de presentación elaborados por las Naciones Unidas⁹, se deduce que estos principios integran la responsabilidad de la empresa o ciudadanía corporativa responsable. En este sentido menciona que el Pacto Mundial [GC por sus siglas en inglés Global Compact], es un instrumento posicionado de forma única para promover los objetivos de la ciudadanía corporativa global y la responsabilidad social. (Balaguer, Fernández, y Muñoz, 20007).

El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible¹⁰ [WBCSD, por sus siglas en inglés World Business Council on Sustainable Development] sin pretender elaborar una definición oficial considera a la RSC como el compromiso de las empresas a comportarse

⁹ El Pacto Mundial pide a las empresas que hagan suyos, apoyen y lleven a la práctica 10 principios que representan un conjunto de valores fundamentales en materia de:

A. Derechos Humanos: a) La Declaración Universal de los Derechos Humanos. 1.

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional y

Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.

B. Normas Laborales:

Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;

Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio;

Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil y

Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

C. Medio Ambiente:

Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales;

Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental y

Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.

D. Lucha contra la Corrupción:

Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

¹⁰ El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible se creó en 1995 mediante la fusión del Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible y el Consejo Mundial de la Industria para el Medio Ambiente y tiene su sede en Ginebra, (Suiza) con una oficina en Washington D.C. (Estados Unidos).

éticamente y contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida. (WBCSD, 2010).

La Unión Europea en el Libro Verde define a la RSC como “Un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio”en un sentido más concreto nos dice que: “La mayoría de las definiciones de responsabilidad social entienden éste concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, a las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y las relaciones con sus interlocutores. Asimismo afirma que ser socialmente responsable no es sólo cumplir plenamente con las obligaciones jurídicas, sino ir más allá invirtiendo en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores y destaca que esta responsabilidad social no debe ser considerada sustitutiva de las normas y reglamentaciones sociales o medioambientales, ni permitir soslayar la elaboración de nuevas normas apropiadas”. (Unión Europea, 2001: pp. 4-7).

Aun cuando la Iniciativa de Reporte Global¹¹ [GRI, por sus siglas en inglés Global Reporting Initiative] en sus directrices no define expresamente el concepto de responsabilidad social corporativa, entre sus objetivos se menciona el de “potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible” para “garantizar una coherencia entre los objetivos sociales, económicos y ambientales”. (Global Reporting Initiative. GRI: Sustainability Reporting Guidelines).

¹¹ La Iniciativa de Reporte Global es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad de aquellas compañías que desean evaluar su desempeño económico, ambiental y social. Es un centro oficial de colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), y cuenta con la participación activa de representantes de organizaciones de derechos humanos, derechos laborales, investigación, medioambientales, corporaciones, inversionistas y organizaciones contables.

Aun cuando las líneas directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE]¹² u [OECD, por sus siglas en Inglés de: Organisation for Economic Co-operation and Development] no definen expresamente el concepto de responsabilidad social corporativa, entre sus objetivos se menciona el de “Potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible” para que de esta forma sea posible “garantizar una coherencia entre los objetivos sociales, económicos y ambientales” (OECD, 2007).

La Plataforma Holandesa de Responsabilidad Social Empresarial [MVO Platform]¹³, define a la RSE como un proceso a través del cual las empresas van asumiendo la responsabilidad por las consecuencias sociales, ecológicas y económicas de sus acciones, a lo largo de toda la cadena de suministros productos y servicios. Comprometiéndose en un dialogo constante con todas las partes involucradas, este marco contempla los siguientes temas: derechos humanos, trabajo, medio ambiente, protección del consumidor, salud y la lucha en contra de la corrupción. (MVO Platform, 2012).

La Fundación para la Ética de los Negocios y de las Organizaciones [ETNOR] menciona dos aspectos fundamentales que se enmarcan de lo que debe ser la RSE, mismos que se describen a continuación:

Es importante distinguir dos aspectos fundamentales que se enmarcan dentro de la responsabilidad. Por un lado, éste concepto hace referencia a la idea de “dar cuentas” [accountability]. Las empresas se ven obligadas a ser cada vez más transparentes en la información que ofrecen a la sociedad en relación con sus prácticas y formas de gestionarse. Esta idea da respuesta a la exigencia de transparencia que la sociedad en su conjunto exige en la actualidad con mayor fuerza a las empresas.

¹² La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico es una organización de cooperación internacional tiene como objetivo coordinar sus políticas económicas y sociales. Fue fundada en 1960 y su sede central se encuentra en el Château de la Muette, en París, Francia.

¹³ La Plataforma Holandesa de RSE es una red de organizaciones de la sociedad civil que trabajan en forma coordinada sobre temas de sostenibilidad, biodiversidad y RSC, con el propósito de estimular, facilitar y coordinar las actividades de sus miembros para reforzar sus esfuerzos en difundir y adoptar temas RSE en los países en desarrollo.

Por otro lado, el termino Responsabilidad hace referencia a "dar Respuesta" [responsibility] a las expectativas que la sociedad tiene depositadas en la empresa.

La fundación de Ética de los Negocios y de las Organizaciones [ETNOR]¹⁴, menciona que la empresa es una institución social que, como tal, igual que el resto de instituciones sociales, necesita estar legitimada socialmente para seguir manteniendo su papel en la sociedad y, por tanto, para perdurar en el tiempo. Esta legitimidad la alcanza la empresa dando respuesta a lo que la sociedad espera de ella y asumiendo los valores y pautas de comportamiento que la propia sociedad le marca. De esta manera la empresa genera confianza, valor clave para que sea un proyecto de largo plazo". (Fundación ETNOR: p. 5).

El Foro para la Evaluación de la Responsabilidad Ética [Forética] considera a la Responsabilidad Social de las Organizaciones como el fenómeno voluntario que busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el compromiso con el desarrollo social y la mejora del medioambiente. (Forética, 2010).

La iniciativa compartida para promover la Responsabilidad Social de las pymes en Bizkaia [Xertatu]¹⁵ considera que la responsabilidad social es la forma de actuar que adoptan las empresas voluntariamente, más allá de sus obligaciones jurídicas, por considerar que redunda a largo plazo en su propio interés. Está se encuentra intrínsecamente vinculada al concepto de desarrollo sostenible: las empresas deben integrar en sus operaciones las consecuencias económicas, sociales y medioambientales, considera que la responsabilidad social no es algo que pueda añadirse optativamente a las actividades principales de la empresa sino que afecta a su propia gestión y estrategia empresarial. El concepto actual de responsabilidad social pone énfasis en el intento de gestionar dicha responsabilidad de manera estratégica y dotarse con los

¹⁴ La fundación ETNOR es una organización sin ánimo de lucro que nace en 1991 con el fin de promover el reconocimiento, difusión y respeto de los valores éticos implícitos en la actividad económica y en la calidad de las organizaciones e instituciones públicas y privadas, sus actividades se caracterizan en: investigación, reflexión, difusión-formación y acción.

¹⁵ Xertatu es un marco de trabajo y colaboración que agrupa a diferentes organizaciones e instituciones implicadas en la promoción de la RSE enfocadas a la actuación de las pequeñas y medianas empresas en Bizkaia: Está liderada por el Departamento de Promoción Económica de la Diputación Foral.

instrumentos adecuados para ello. Se trata de un enfoque de negocio que sitúa las expectativas de las partes interesadas y el principio de perfeccionamiento e innovación continuos en el núcleo de la estrategia empresarial. (Xertatu, 2010).

El Observatorio de Responsabilidad Corporativa¹⁶, considera a la RSC como la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Ello implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de Derechos Humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto. Asimismo considera que la RSC está regida por cinco principios:

- Incluye el cumplimiento de la legislación nacional vigente y especialmente de las normas internacionales en vigor: Organización Internacional del Trabajo; Declaración Universal de los Derechos Humanos; Normas de Naciones Unidas sobre Responsabilidades de las Empresas Transnacionales y otras Empresas Comerciales en la esfera de los Derechos Humanos y Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, entre otras.
- Es de carácter global, es decir afecta a todas las áreas de negocio de la empresa y sus participantes, así como a todas las áreas geográficas en donde desarrollen su actividad. Afecta por tanto, a toda la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la actividad, prestación del servicio o producción del bien.
- Comporta compromisos éticos objetivos que se convierten de esta manera en obligación para quien los contrae.

¹⁶ El Observatorio de la RSC es una asociación integrada por organizaciones representativas de la sociedad civil, entre las que se encuentran ONG, sindicatos y organizaciones de consumidores y consumidoras, que tiene como finalidad fomentar la participación y cooperación entre organizaciones sociales que, desde diferentes puntos de vista, trabajan en la RSC.

- Se manifiesta en los impactos que genera la actividad empresarial en el ámbito social, medioambiental y económico.
- Se orienta a la satisfacción e información de las expectativas y necesidades de los grupos de interés. (Observatorio de Responsabilidad Corporativa, 2006).

La Red Puentes Internacional¹⁷, considera que la Responsabilidad Social es una postura ética permanente de las empresas en el mercado de consumo y la sociedad. Es mucho más que acciones sociales y filantropía. La RSE debe ser la base de actividades de una empresa, que englobe la preocupación y el compromiso con los impactos que una determinada acción causa a sus consumidores, al medio ambiente, a las trabajadoras, a los trabajadores y a la comunidad local. La Responsabilidad Social es, también, respeto por los derechos del consumidor. De esa forma, se expresa por medio de valores demostrados en la acción práctica cotidiana en el mercado de consumo, en la publicidad de los productos y servicios ofrecidos, en la postura de la empresa para buscar soluciones a eventuales problemas, y en la transparencia de las relaciones con los actores involucrados en sus actividades. (Red Puentes, 2005).

El Centro Mexicano para la Filantropía, A. C. [CEMEFI], señala que hasta hace relativamente poco tiempo, la responsabilidad de las empresas se entendía únicamente como generar utilidades. Al día de hoy, este entendimiento no es suficiente ni aceptable; cualquier empresa debe además de generar utilidades para sus accionistas, tomar en cuenta que sus actividades pueden afectar, ya sea positiva o negativamente, la calidad de vida de sus empleados o de las comunidades donde realizan sus operaciones. Como consecuencia, cada vez más las empresas perciben que la

¹⁷ La Red Puentes Internacional es una asociación de organizaciones de la sociedad civil, constituida instituciones de ocho países de Iberoamérica: Argentina, Brasil, Chile, El Salvador, España, México, Perú y Uruguay, agrupa organizaciones sindicales de mujeres, ambientalistas, consumidores, y comunitarias, que tienen muy diversas áreas de trabajo, algunas de las cuales abarcan: programas y proyectos sobre derechos laborales y sindicales, consumo, medio ambiente, género, educación, desarrollo económico y social, investigación económica y de corporaciones multinacionales.

Responsabilidad Social es un tema que no está restringido solamente a las acciones sociales o ambientales desarrolladas por la organización en la comunidad, sino que implica también el dialogo e interacción con los diversos públicos de la empresa, para que ésta trabaje en el tema de la responsabilidad social, desde una perspectiva sistémica y amplia, es necesario que este concepto sea incorporado a los procesos de gestión y por lo tanto forme parte integral de las estrategias de negocio y del sistema de planeación interna de la empresa (CEMEFI, 2005).

El papel del Estado en las tareas de promoción de la RSE se ha dado en los últimos tiempos. En un inicio fueron las mismas empresas quienes se preocuparon de tener un papel socialmente responsable con la comunidad, muchas veces para adquirir una buena imagen corporativa, que les concedía posicionamiento en el mercado.

2.2.2 Concepciones de la RSE

La responsabilidad social es ahora algo bien aceptado en el mundo de los negocios, pero en sus primeros tiempos la idea de que las empresas estuvieran moralmente obligadas a un mayor compromiso social fue duramente cuestionada por influyentes autores, así se puede establecer la concepción clásica de la responsabilidad social de las empresas, a través del pensamiento de influyentes autores, como Milton Friedman [premio Nobel de Economía], cuando publicó en 1970 un breve artículo en el suplemento dominical del prestigiado diario The New York Times, en el que se manifestó contrario a cargar de obligaciones éticas a los negocios; en su opinión: "Había una y sólo una responsabilidad social de la empresa: usar sus recursos y comprometerse en actividades diseñadas para incrementar sus ganancias en tanto respete las reglas del juego, esto es, la competencia libre y abierta, sin caer en el fraude o el engaño". (Ramírez, Jul-Dic, 2008).

Esta concepción de asumir la responsabilidad de las empresas se encuentra en constante evolución y así se tiene que tiempo después Carroll, sostiene la teoría de que el objetivo de la empresa ya no es solamente la maximización de las ganancias, sino que, además abarca las expectativas económicas, legales, éticas y filantrópicas. En esta concepción la responsabilidad

social de la empresa, acepta que las obligaciones de ésta van más allá, de las que tiene con los accionistas, reconoce la existencia de otros individuos que se ven afectados por sus decisiones, tales como: los trabajadores, los proveedores, los clientes, los competidores, el Estado, personas que tienen algún tipo de interés o se ven afectadas por las operaciones de la organización y por lo tanto deben ser tomados en cuenta; en la toma de decisiones, a ésta clase de personas se refiere con el término stakeholders o interlocutores. (Carroll, 1996).

A medida que el tiempo avanza poco a poco los gobiernos de varios países han ido colocando en su agenda los temas de RSE. Ante lo anterior resulta interesante conocer el rol que éstos tienen ante la promoción de la RSE, si las políticas de responsabilidad social que aplican las empresas inciden en el bienestar de la comunidad, ésta debería ser un tema relevante para los gobiernos, pues su función es la consecución del bienestar de la comunidad.

2.2.3 Políticas públicas de RSC o RSE en otros países

Políticas públicas RSC en Estados Unidos

En el ambiente de negocios de Estados Unidos, la RSC descansa en una fuerte cultura de filantropía, y la visión de la corporación como un ciudadano corporativo, que con el tiempo ha sido influenciada por la corriente de los stakeholders, en la fig. 2.1 se puede apreciar las etapas de la Ciudadanía Corporativa, que se ha caracterizado desde hace mucho por la suposición de que las corporaciones tienen obligaciones que trascienden sus responsabilidades con los grupos de interés. La visión norteamericana deja entrever ese conocido concepto de que las empresas y los hombres de negocios deben devolver a la sociedad las oportunidades que han tenido de ella. El actual cuerpo legal de los Estados Unidos se limita a regular y/o promocionar la RSE en la conducta de los gobiernos corporativos. (Googins, Mirvis, y Rochlin, 2007).

DIMENSIONES		Etapa 1: Elemental	Etapa 2: De involucramiento	Etapa 3: Innovativa	Etapa 4: Integrada	Etapa 5: De transformación
	Concepto de ciudadanía	Puestos de trabajo, Ganancias e impuestos	Filantropía, protección ambiental	Gestión de los grupos de interés	Sustentabilidad o triple cuenta de resultados	Cambio de juego
	Intento Estratégico	Conformidad legal	Licencia para operar	Caso de Negocios	Proposición de Valor	Creación de Mercado o Cambio Social
	Liderazgo	Lip Service	Partidario	Administrador	Campeón	Visionario
	Estructura	Marginal: Personal conducido	Propiedad Funcional	Coordinación Funcional	Alineamiento Organizacional	Corriente Principal: Negocios conducidos
	Temas de gestión	Defensivo	Reactivo, Políticas	De Respuestas, Programas.	Pro-activo, Sistemas	Definiendo
	Relaciones con los grupos de interés	Unilateral	Interactivo	Influencia Mutua	Alianza de Partners	Multi-Organización
	Transparencia	Flanco de Protección	Relaciones Públicas	Reportes Públicos	Aseguramiento	Acceso Completo

Fig. No. 2.1 Etapas de la ciudadanía corporativa
Fuente: Googins, Mirvis, y Rochlin, (2007).

Hoy en día una visión distinta se está planteando en los Estados Unidos, en donde la RSC comienza a estar vinculada de una manera más amplia con el rol del Estado, específicamente, se comienza a reconocer el papel del sector privado en iniciativas que antes eran propias del sector público. Se tiende hacia una alianza entre los fines que tienen las organizaciones privadas y los fines que tiene el Estado. Esto queda a la vista en la investigación realizada por Allen L. White relacionada con la multinacional extractora y procesadora de recursos naturales BHP Billiton, que opera en Mozambique; la cual tuvo que afrontar dificultades de salud pública cuando se presentó un caso de malaria que representó un grave problema para la empresa, ya que al enfermarse sus empleados dejaron de ir a trabajar o fallecieron. El gerente general de la compañía advirtió que si no se abatía ésta enfermedad sus problemas se incrementarían, lo cual originó BHP Billiton [empresa privada] se incorporó a resolver éste problema de salud pública que tradicionalmente correspondía resolverlo al Estado. (White, 2007: pp. 1-19).

2.2.4 Organismos que promueven la responsabilidad social empresarial

A. ORGANISMOS MUNDIALES

World Business Council on Sustainable Development

Los orígenes de éste organismo se remontan a 1990, cuando Stephan Schmidheiny fue nombrado consejero principal del Secretario General para el Comercio e Industria de la Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas [UNCED], más conocida como Segunda Cumbre de la Tierra o Segunda Cumbre de Río, que se realizó en Río de Janeiro, en 1992. Creó un foro denominado "Business Council for Sustainable Development" [Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible]. Su creación se formalizó en 1995 con una fusión del Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible y el Consejo Mundial de la Industria para el Medio Ambiente. Tiene su sede en Ginebra, Suiza., así como una oficina en Washington D.C., Estados Unidos. Actualmente está integrado por más de 200 empresas que trabajan exclusivamente con el sector empresarial y el desarrollo sostenible. Cuenta con un programa de trabajo integral que le permite cubrir todos los aspectos del desarrollo sostenible en el negocio, el cual se divide en tres áreas: proyectos del sector, soluciones de sistemas y fomento de la capacidad. Los proyectos del sector son iniciativas prácticas, arraigadas en la investigación independiente, para trabajar en industrias y responder a los desafíos de sostenibilidad. WBCSD reconoce los desafíos del entorno actual y la necesidad de abordar las cuestiones importantes de sostenibilidad con un enfoque basado en sistemas. Por último, pero no por ello menos importante promueve actividades de fomento a la capacidad para apoyar la integración del desarrollo sostenible en las prácticas comerciales, para lo cual está integrando un Instituto virtual de gestión de desarrollo sostenible para entrenar líderes corporativos en los desafíos de la sostenibilidad. (WBCSD, 2010).

United Nations Global Compact.

El Pacto Mundial [PM] también llamado Pacto Global [PG] o [GC, por sus siglas en inglés: Global Compact], tiene sus orígenes en enero de 1999 cuando el Secretario General de las Naciones Unidas Kofi Annan propuso por primera vez la idea de crear éste organismo, entre las naciones unidas y el mundo de los negocios, en el Foro Económico Mundial de Davos, Suiza., cuya fase operacional se inauguró el 26 de julio de 2000, teniendo como sede la ciudad de Nueva York. El propósito era que todos los pueblos del mundo compartieran los beneficios de la globalización e inyectar así en el mercado mundial, los valores y prácticas fundamentales para resolver las necesidades socioeconómicas. Kofi Annan solicitó a todas las empresas de los países miembros, que adoptasen los 10 principios del GC [ya antes citados], y los aplicaran en sus actividades, pidió también a los dirigentes de las organizaciones laborales de la sociedad civil que participen en el GC, y lo utilicen como foro de diálogo sobre las diversas cuestiones polémicas ligadas a la globalización y al desarrollo. El funcionamiento del GC se da como una red integrada de trabajo entre Organización de las Naciones Unidas [ONU]¹⁸; sus organizaciones sectoriales¹⁹; las ONG globales²⁰ y las uniones sindicales internacionales.²¹ Todos ellos promueven los objetivos y principios del GC en torno a cuatro componentes o instrumentos principales, que marcan el estilo de trabajo y las actividades que desarrollan las entidades adheridas al Pacto los cuales son:

1) *Desarrollo de iniciativas conjuntas para la promoción de buenas prácticas empresariales.*

¹⁸ *organización internacional formada por 192 países independientes que se reúnen libremente para trabajar juntos en favor de la paz y la seguridad de los pueblos, así como para luchar contra la pobreza y la injusticia en el mundo.*

¹⁹ *Las principales organizaciones sectoriales de la ONU son: Organización Internacional del Trabajo [OIT]; Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD]; Agencia de la ONU para los refugiados [ACNUR]; Oficina de alto Comisionado para los Derechos Humanos [OACNUDH]; Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito [ONUDD]; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD]; Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente [MNUMA] y Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial [ONUDI]; entre otras.*

²⁰ *Son algunas de las principales ONG globales: Amnistía Internacional [AI]; Human Rights Watch (HRW) y Fondo Mundial para la Naturaleza [WWF. Por sus siglas en inglés World Wide Fund for Nature], entre otras*

²¹ *Principales Uniones Sindicales Internacionales: Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres [ICFTU, por sus siglas en inglés International Confederation of Free Trade Unions]; Sindicato Mundial [UNI, por sus siglas en inglés Union Network Internacional] y el Comité Consultivo Sindical de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (TUAC-OECD, por sus siglas en inglés Organisation for Economic Co-operation and Development).*

- 2) *Creación de foros de diálogo y redes de colaboración* entre el mercado y la sociedad en las materias objeto del Pacto.
- 3) *Promoción de un foro activo de educación y aprendizaje* para promulgar estos valores entre la comunidad educativa, así como estudios de casos e iniciativas piloto de implementación de los Principios Generales.
- 4) *Creación de redes y plataformas locales y nacionales* que permitan el aprendizaje mutuo entre empresas, así como dar respuesta a las necesidades e intereses específicos de cada comunidad empresarial en su progreso hacia la implantación de los diez Principios Generales. (United Nations Global Compact, 2008).

A continuación se describe la adhesión de algunos países al Pacto Mundial de las Naciones Unidas:

The Global Compact Germany

La Unión de Naciones del Pacto Mundial [UNPM] en Alemania [UNGC, pos sus siglas en inglés: United Global Compact], se lanzó en marzo de 2002: El 17 de marzo de 2006 el mandatario suizo del GC acordó desarrollar sus actividades comunes como una red local oficial, que promoviera acciones colectivas y el diálogo multi-stakeholders, que sirvan como base para intercambios exhaustivos de experiencias. (UNGC Germany, 2008)

Red del Española del Pacto Mundial

En España a inicios de 2002 la Fundación Rafael del Pino puso en marcha el movimiento de adhesión de las empresas españolas y otras entidades con el fin de promover e implantar el PM, el cual culminó el 9 de abril de 2002 comenzando a operar con 194 entidades adheridas y tiene su sede en el Instituto Empresa, el 28 de febrero de 2003 se crea La Mesa Cuadrada como lugar de diálogo entre las empresas, ONG; fundaciones; sindicatos y entidades educativas interesadas en el progreso del PM en España. (Libro Azul, 2004),

Centro Regional de apoyo para América Latina y el Caribe

En apoyo del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el 29 de octubre de 2009 en el palacio presidencial de Colombia, se lanza la iniciativa de creación del Centro Regional de apoyo para América Latina y el Caribe, contando con la presencia de 12 socios, redes locales y embajadores de la región y de España, autoridades del Pacto Mundial, la cancillería colombiana y el Presidente de Colombia. Es una iniciativa de que acompaña al Pacto Mundial y adopta sus Principios como estrategia de desarrollo económico y social, desde una perspectiva basada en las condiciones y características de la región para actuar en favor de la aplicación de esta iniciativa en América Latina, y queda formalizado en noviembre de 2002, teniendo su sede en tiene su sede en la ciudad de Bogotá Distrito Capital, República de Colombia. (Centro Regional de apoyo para América Latina y el Caribe, 2011)

Le Global Compact France (Forum des Amis du Pacte Mondial en France)

El Pacto Mundial en Francia fue lanzado oficialmente en 27 de enero 2004 en el Palais de l'Elysée, por el presidente, Jacques Chirac, y el Secretario General de las Naciones Unidas Kofi Annan. El Foro de Amigos del Pacto Mundial en Francia se formalizó en mayo de 2005. Sus objetivos son apoyar la aplicación de los 10 principios del Pacto Mundial, para ampliar la red de empresas asociadas, promover el aprendizaje mutuo y el intercambio de información entre los firmantes, participar en la organización de debates a nivel nacional y regional sobre temas relacionados con la globalización, para iniciar proyectos de colaboración entre los firmantes y otros tipos de organizaciones [ONG, instituciones académicas, entre otras], y así facilitar la difusión del mismo, para conectar en red las "mejores prácticas" de los miembros, crear oficinas regionales, organizar reuniones sobre diversos temas del Pacto Mundial y ayudar a la difusión escrita de buenas prácticas de sus agremiados y realizar comunicaciones sobre el progreso a través del coaching. (Le Global Compact France, 2006).

Red Argentina del Pacto Global

Esta red se formalizó el 23 de abril de 2004, contando con 230 compañías nacionales e internacionales, en la actualidad cuenta con más 433 adhesiones y 233 empresas activas. Una Mesa Directiva integrada por organizaciones adherentes que se renueva cada dos años. Tiene la responsabilidad de la gestión de gobierno del Pacto en el país. Entre las actividades anuales que desarrolla se tienen: talleres, cátedras, publicaciones y otros encuentros que permiten difundir la importancia del Pacto Global a nivel nacional y hacer un aporte al movimiento de la responsabilidad social. (Red del Pacto Mundial Argentina, 2007).

Red del Pacto Mundial en Perú

La red peruana del Pacto Mundial se formaliza en noviembre de 2003, cuando el Sistema de las Naciones Unidas en el Perú y la CONFIEP²², con la ayuda de Perú 2021, se lanzó oficialmente el Pacto Mundial en el Perú, dirigido al empresariado mundial y basado en diez principios universales sobre temas de derechos humanos, trabajo, medioambiente y lucha contra la corrupción. En el segundo semestre de 2005, la CONFIEP presentó oficialmente la Secretaría Técnica de la Red del Pacto Mundial. El Pacto Mundial busca promover la cooperación del empresariado con los gobiernos, entidades estatales, ONG, sindicatos, universidades y sociedad civil en la solución de los grandes retos que plantea la globalización. La CONFIEP asumió la Secretaría Técnica de la Red del Pacto Mundial en el Perú y creó un Comité de Trabajo para impulsar el Pacto en el país. Con la colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], desarrolló el proyecto ***"Seed Funding to Networks". Global***

²² La CONFIEP es la institución que congrega y representa a la actividad empresarial privada peruana, a nivel nacional e internacional. Su principal objetivo es contribuir con el proceso de crecimiento económico sostenido, basado en inversión y fomento del empleo, a partir del esfuerzo de la iniciativa individual, la difusión de la empresa y la propiedad privada. Tiene como responsabilidad creciente examinar el contexto mundial y promover la integración del país en los mercados internacionales.

Compact in Peru.

A través de ésta res se brinda asistencia técnica a empresas e instituciones suscritas.

Asimismo, se editan y publican diversos instrumentos y guías prácticas para las empresas adheridas a la Red, tales como el “Informe de Progreso, Pacto Mundial "Perú 2005”, que incluye los reportes realizados por empresas peruanas y donde se refleja su labor por adoptar los 10 principios. Se publican también documentos de trabajo relacionados con estos principios y se programan diferentes talleres de sensibilización acerca de cómo aplicar los principios en las prácticas empresariales.

Para apoyar en las labores de difusión de las empresas miembros del Pacto, elaboraran diferentes canales de comunicación, entre los que destacan: el Boletín electrónico de noticias, Boletín electrónico “Compact Quarterly” la puesta en marcha del sitio web del Pacto en Perú. (Red del Pacto Mundial en Perú, 2007).

Red Pacto Mundial México

Es una red de empresas y organizaciones adheridas al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, comprometidas con el desarrollo sustentable y la responsabilidad social empresarial, se lanzó el 19 de junio de 2005 en un evento coordinado por el Sistema de las Naciones Unidas; la Confederación de Patronos de la República Mexicana [COPARMEX]; el Consejo Coordinador Empresarial [CCE]; la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos [CONCAMIN]; el Centro Mexicano para la Filantropía [CEMEFI]; la Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial [AliaRSE] y el Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A. C. [COMPITE], contando con el aval del entonces Presidente de la República Mexicana, Vicente Fox Quezada. Se presentó una “plataforma de servicios” que ofrece al empresariado mexicano herramientas, capacitación y acceso a la red internacional más grande del conocimiento y buenas prácticas de Responsabilidad Social de 256 empresas adheridas [Apéndice A]. Actualmente cuenta con más de 200 participantes. El modelo de gobierno de la Red está conformado por tres cuerpos [Fig.

2.2]. En la actualidad, el financiamiento de las operaciones de la Red se da a través de las 9 organizaciones que conforman el Comité Ejecutivo del Pacto Mundial México. (Red del Pacto Mundial México, 2012)

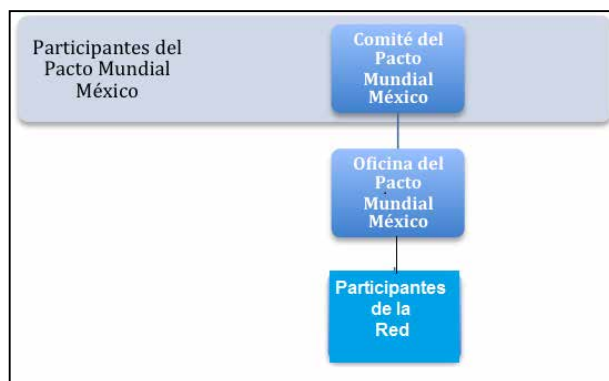


Fig. No. 2.2 Participantes del Pacto Mundial en México
Fuente: Red del Pacto Mundial México (2012)

Red del Pacto Mundial en la República Dominicana

El lanzamiento oficial del PM de las Naciones Unidas en la República Dominicana tuvo lugar el 20 de octubre de 2006; en Canadá; aun cuando para ese entonces no existía una red Compacta Global la Oficina canadiense realizó esfuerzos para levantar conciencia entre la comunidad, se inició con seis empresas líderes que tienen la tarea fundamental de desarrollar esta iniciativa mundial convirtiéndola en una institución eficaz para la República Dominicana. En la actualidad la Red cuenta con aproximadamente 150 empresas, las cuales aprovechan el liderazgo, dirección y ejemplos del Comité Gestor con el fin de buscar medidas concretas para la implementación de los diez principios universales del Pacto Global. Todo ello encaminado a asegurar una economía más sostenible y socialmente incluyente. Las reuniones del Comité Gestor son convocadas por la Red Dominicana del Pacto Global en el país, cuando sus miembros lo consideran pertinente. Dichas reuniones se celebran en las instalaciones de las empresas que conforman este comité, alternándose para cada reunión. Se tiene planeado que para el

2011 el comité gestor será disuelto y se creará una junta directiva, a la fecha se desconoce si ya fue creada, pues el sitio aun se encuentra en construcción. (Red del Pacto Mundial en la República Dominicana, 2009).

Global Reporting Initiative

La Global Reporting Initiative [GRI], Fue promovida desde 1997 por la Coalition for Environmentally Responsible Economies [CERES] y por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente [PNUMA], la GRI es desde el 4 de abril del 2002 una institución internacional independiente, dotada de una estructura de gobierno en la que participan diversos grupos interesados: empresas, instituciones internacionales, organizaciones de la sociedad civil, asociaciones empresariales, consultores etc. Su principal objetivo es el desarrollo de informes corporativos de sostenibilidad [incluyendo aspectos de tipo ambiental, social y económico] armonizados, para impulsar la información sobre cuestiones sociales y ambientales al mismo nivel que la información financiera. Para el cumplimiento de su misión la GRI elabora y difunde las directrices para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, aplicables de forma voluntaria por organizaciones que deseen informar sobre los aspectos económicos, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios". El objetivo de las dichas directrices es ayudar a las empresas y a sus stakeholders a describir y articular mejor su contribución global al desarrollo sostenible. (Global Reporting Initiative GRI, 2006).

Organization for Economic Co-operation and Development [Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico]

Es un foro único en donde los gobiernos de 30 economías democráticas trabajan conjuntamente para enfrentar los desafíos económicos y sociales de la globalización y al mismo tiempo aprovechar sus oportunidades. La organización proporciona un espacio donde los gobiernos pueden intercambiar sus experiencias políticas, buscar respuestas a problemas comunes, identificar buenas prácticas y coordinar políticas locales e internacionales. En 1976 se implementaron las Líneas Directrices de la OECD para empresas Multinacionales, las cuales son

revisadas en el 2000, éstas Líneas contienen recomendaciones sobre aspectos sociales y ambientales realizados en los gobiernos de los países miembros, a las empresas multinacionales que operan en ellos, representan un código de conducta multilateralmente adoptado. La comunidad empresarial participó activamente en su actualización para su adopción a un mundo global.

Las Líneas Directrices promueven la responsabilidad y transparencia corporativa a través del enunciado de: "Principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable compatible con las legislaciones aplicables". Los gobiernos se han comprometido a promoverlas y su puesta en práctica se articula en cada país a través del punto nacional de contacto, la OECD ha insistido en que suponen una buena práctica corporativa para todas las zonas geográficas donde operan las empresas, no solo en su área. (OECDE, 2007).

B. ORGANISMOS INTERSECTORIALES

Unión Europea

Es un organismo comprometido en el fortalecimiento de la Responsabilidad Social Corporativa en el Consejo Europeo extraordinario de Lisboa, los días 23 y 24 de marzo de 2000, se estableció para la siguiente década el objetivo de convertirse en la economía más competitiva y dinámica, basada en el conocimiento, capaz de un crecimiento económico sostenible con más y mejores empleos y una mayor cohesión social, haciendo por primera vez una llamada expresa a las empresas en torno a su responsabilidad social. Meses después en el Consejo Europeo de Feira del 19 y 20 de junio de 2000, se acordó iniciar un proceso de diálogo europeo para la promoción de la responsabilidad social corporativa. Con la publicación del Libro Verde: Fomentar un Marco Europeo para Responsabilidad Social Corporativa en julio de 2001 y la petición de comentarios a todas las partes interesadas. La Unión Europea ha abierto el debate a escala comunitaria, susceptible de dar lugar a una iniciativa legislativa sobre el tema. (Unión Europea, 2001).

Corporate Social Responsibility Europe [CSR Europe]

Es una red de ámbito europeo creada en 1995 por 48 empresas europeas con el nombre de European Business Network for Social Cohesion [EBNCS], es una asociación de empresas pertenecientes a la Comisión Europea, que tienen como misión ayudar a las empresas a compaginar rentabilidad, crecimiento sostenible y progreso humano a través de la integración de la responsabilidad social en la práctica empresarial. CSR Europe lanzó una "Hoja de Ruta Europea" para el desarrollo sostenible y competitivo de las empresas. [European Roadmap for a Sustainable and Competitive Enterprise], que tiene como finalidad promover el desarrollo empresarial en Europa hacia una sostenibilidad y competitividad, así como determinar los compromisos para mejorar la RSE y con ello alcanzar ventaja competitiva.

En 2005 CSR Europe a través de la Hoja de Ruta Europea para el Desarrollo Sostenible y Competitivo de las Empresas, solicita a la Unión Europea y a las partes interesadas que adopten las medidas necesarias y establezcan las alianzas oportunas para alcanzar sus objetivos. Estos objetivos comprenden: la innovación y el espíritu emprendedor [a fin de fomentar la inversión en investigación y desarrollo, en inteligencia empresarial y en capacidades para atender mejor las necesidades locales y conseguir ventajas competitivas en nuevos mercados]; la consolidación de capacidades y competencias, la igualdad de oportunidades y diversidad, la salud y seguridad y la protección del medio ambiente. Entre las estrategias para alcanzar los anteriores objetivos, CSR Europe considera esencial la responsabilidad empresarial en el curso normal de la actividad de una compañía, el compromiso de las partes interesadas, el liderazgo y gobernanza, la comunicación y la transparencia y, por último, la cooperación y alianzas entre empresas. CSR Europea se ofrece a actuar como enlace para las reuniones periódicas entre los altos dirigentes de la UE y los máximos responsables de las empresas que apoyen la mencionada Hoja de Ruta, dichas reuniones ofrecerán a las empresas oportunidades de participar en el debate sobre competitividad europea y el desarrollo sostenible. Además les proporcionarán visibilidad para la contribución de la responsabilidad corporativa al logro de la Estrategia de Lisboa 2010 renovada. (CSR Europe, 2011).

C. ORGANISMOS NACIONALES

a) En Estados Unidos:

Business Social Responsibility

Business Social Responsibility [BSR], es una organización global que ayuda a sus empresas asociadas a conseguir éxito en forma tal, que se respeten los valores éticos, la gente, las comunidades y el entorno. BSR proporciona información, herramientas, entrenamiento y servicios consultivos para hacer de la RSC parte integrante de las operaciones y estrategias de la empresa. Es una organización no lucrativa que fomenta la colaboración del sector y contribuya con esfuerzos globales a avanzar en el campo de la responsabilidad social corporativa.

BSR se inicia en 1992 como una asociación de aproximadamente 50 compañías, comprometidas a ayudar a las empresas a ser tanto comercialmente exitosas como socialmente responsables. Muchas de las compañías fundadoras de BSR eran pequeñas y medianas empresas tales como: "Ben and Jerry's", "Patagonia y Tom's de Maine", las cuales creían y buscaban fuertemente prácticas responsables en las empresas. Con la expansión del comercio global, tanto las empresas como los stakeholders externos reconocieron de modo creciente el impacto a largo plazo de la globalización en los derechos humanos, comunidades y el entorno. Estos temas fueron adquiriendo mayor importancia en los consumidores, activistas cívicos, gobiernos, inversores y mercados financieros.

Las grandes corporaciones en muchos sectores se encontraron rápidamente afectadas en varios aspectos de sus operaciones con estos desafíos, y su cadena de suministro a sus socios alrededor del mundo. Estas compañías ingresaron a BSR para adquirir los conocimientos técnicos, recursos y colaboración que necesitaban para dirigir estos desafíos en manera efectiva, eficiente y costeable.

En el transcurso de casi una década, BSR adquirió experiencia extensiva trabajando con empresas y facilitando la interacción con representantes de organizaciones del sector público y no lucrativo. BSR continúa funcionando con compañías de todos los tamaños y de todos los sectores para avanzar en las prácticas de negocio responsables en todo el mundo. (BCR, 2007).

b) En España:

Observatorio de la RSC

El Observatorio de la RSC es una asociación integrada por once organizaciones representativas de la sociedad civil, entre las que se encuentran ONG, Sindicatos y Organizaciones de Consumidores. Pretende ser una red que fomente la participación y cooperación entre organizaciones sociales que, desde diferentes puntos de vista, vienen trabajando en Responsabilidad Social Corporativa.

Se trata de un organismo independiente capaz de servir de complemento a la actividad de las empresas, colaborando con el sector privado, y a la vez velando por el concepto de RSC, para que su implantación en España sea plena y satisfactoria. Al mismo tiempo, el Observatorio se entiende como plataforma de estudios e investigación, centro de pensamiento y generación de opinión, comunicación y sensibilización, reforzando e integrando estos conceptos en cada una de las organizaciones miembros. El Observatorio pretende acoger a todas las entidades de la sociedad civil interesadas por la RSC y que trabajan, de alguna forma, en este ámbito. (Observatorio de la RSC, 2006)

Xertatu

Es una iniciativa compartida en favor de la Responsabilidad Social de las pequeñas y medianas empresas de Bizkaia, es un marco de trabajo y colaboración que reúne a diferentes organizaciones e instituciones implicadas en la promoción de la RSE en Bizkaia, liderada por el Departamento de Innovación y Promoción Económica de la Diputación Foral. Es una iniciativa orientada a la acción. Desarrolla múltiples actuaciones para el fomento de la RSE a partir de los planes de actuación que define Xertatu Taldea, el grupo de organizaciones que colaboran y dirigen los pasos de este organismo. (Xertatu, 2010).

C) En México y otras a las que pertenece México:

En México se cuenta ya con algunas asociaciones civiles y organismos no gubernamentales que promueven y apoyan programas de responsabilidad social empresarial, dentro de los cuales destacan los siguientes:

Consejo Coordinador Empresarial [CCE]

Fundado en agosto de 1976 a iniciativa del sector empresarial con la finalidad de orientar su participación como parte integral de la comunidad sobre bases justas y responsables; actualmente se encuentra constituido por diferentes organismos que son instituciones cúpula en cada una de sus áreas de acción, así mismo cuenta con invitados permanentes y cada vez en mayor grado las empresas que agrupan estas asociaciones se comprometen en actividades que promueven la responsabilidad social. (CCE, 2008).

Centro Mexicano para la Filantropía [CEMEFI]

Fundado en diciembre de 1988, con la misión de promover una cultura de responsabilidad social en México y fortalecer la participación de la sociedad en la solución de problemas comunitarios, tienen como reto identificar los principales elementos que constituyen la responsabilidad social, acordes a la cultura empresarial mexicana, para promover su adopción, aliarse con la empresa para apoyarla en su implementación, desarrollo y mejora, para lo cual desde 1997 cuenta con un Programa de Responsabilidad Social Empresarial. (CEMEFI, 2005).

AliaRSE por México

Es la alianza de COPARMEX, CCE, CONCAMIN, Confederación USEM [Unión Social de Empresarios de México, A.C.], CEMEFI, Caux Round Table Mexico, la cual se encarga de impulsar y promover de manera comprometida la responsabilidad social empresarial en México. Sus principales objetivos son el desarrollo económico y social, así como el de mejorar las condiciones de vida de las comunidades. En el caso de México, es claro que aún existen innumerables asuntos por resolver para construir un entorno que ofrezca los satisfactores

necesarios a toda la sociedad. Al ser el proceso de globalización una realidad en el mundo, las comunidades de negocios disfrutan día con día de mayor influencia y sus aportes son cada vez más significativos para la realización de una sociedad más justa y de una economía con crecimiento sostenible que permita aminorar y erradicar la miseria y la pobreza que enfrenta un importante segmento de la población. (AliaRSE por México, 2006)

Unión Social de Empresarios por México

La Unión Social de Empresarios de México, A.C. (USEM), es una asociación conformada por empresarios y dirigentes de empresa. Desde 1957 trabaja en formar la conciencia social de mujeres y hombres de negocios para lograr empresas altamente productivas y plenamente humanas en beneficio de México. Actualmente cuenta con 48 actividades de formación, información y transformación, para poner en forma la conciencia social de sus agremiados, fortaleciendo los principios de solidaridad, participación y destino universal de los bienes. Esta institución junto con la Confederación Patronal de la República Mexicana [COPARMEX], fueron las pioneras en México en aspectos de RSE. (USEM, 2005).

Forum Empresa

México también forma parte de ésta alianza hemisférica de organizaciones y compañías, que comparten una misma visión, la de promover la RSE en las Américas, proporcionando apoyo a aquellas organizaciones basadas en RSE y a sus miembros para la activación de otras empresas, trabaja por proyectos con otro tipo de organizaciones con el enfoque específico de promover la RSE en un país o región determinado. Forum Empresa nace en 1997, con la iniciativa de 150 empresas y líderes civiles representantes de diferentes regiones de las Américas, después de un congreso pionero en Miami con el fin de compartir ideas y debatir sobre la interrogante ¿Cómo lograr que el sector privado tome un papel más responsable en el hemisferio? Nace la idea de una alianza hemisférica de organizaciones empresariales y otras ONG, Universidades e Instituciones Públicas que tuvieron como fin promover prácticas de responsabilidad social en la región. Actualmente los miembros de la red son: Centro Mexicano para la Filantropía, CEMEFI México;

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, Brasil; AcciónRSE Empresas por un Desarrollo Sustentable. Chile; Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible, CECODES Colombia; Asociación Empresarial para el Desarrollo, AED Costa Rica; CERES Ecuador; Business for Social Responsibility. BSR Estados Unidos; Fundación Empresa para la Acción Social, FUNDEMÁS El Salvador; FUNDAHRSE, Honduras; uniRSE, Nicaragua; SUMARSE. Panamá; Perú 2021; DERES Uruguay y Fundación Compromiso, Argentina. Asimismo en la Fig. 1.4 muestra los aliados de la red. (Forum Empresa, 2011).



Fig. No. 2.3 Aliados del Forum Empresa
Fuente: Forum Empresa, (2011)

Asociación Latinoamericana de Ética Negocios y Economía [ALENE]

Igualmente México forma parte de ésta asociación, que se integra con profesores de ética de los negocios y empresarios interesados en la difusión del ética de los negocios. Alene queda constituida como resultado del I Congreso Latino Americano de Ética, Negocios y Economía celebrado en en São Paulo, de 27 al 30 de julio de 1998, y tiene como objetivos: promover investigaciones nacionales y regionales en América Latina sobre ética aplicada a los negocios; mantener contactos con la International Society of Business, Economics and Ethics (ISBEE) y con las redes internacionales de ética empresarial como la European Business Ethics Network (EBEN); facilitar las relaciones e intercambio de trabajos e investigaciones entre profesores, profesionales, empresarios e instituciones académicas de América Latina. (ALENE, 2011).

Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo [SECODAM].

Adicionalmente el Gobierno Federal a través de la SECODAM [misma que en 2003 sería remplazada por la Secretaria de la Función Pública], está impulsando una mayor participación de las empresas en programas de responsabilidad social, ética y anticorrupción, dentro de las actividades promovidas en noviembre de 2002 con la coordinación de ALENE, El Instituto Panamericano de Alta Dirección Empresarial (IPADE) y la Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo (SECODAM) con patrocinio de General Electric y Merck Sharp & Dohme, coordinaron los trabajos del V Congreso Latinoamericano de Ética Negocios y Economía bajo el título "*La Ética como prioridad en la Gestión Empresarial*" Que tuvo como principal objetivo difundir la importancia de la ética aplicada a los negocios como un factor decisivo para el buen funcionamiento de las organizaciones, que les permitan mejorar su rentabilidad y eficientar sus procesos internos. (Comunicado de prensa 233/2002, 2002, Noviembre 7).

El Senado de la República Mexicana, aprobó la creación de la Secretaría de la Función Pública [SFP], que reemplazará a SECODAM, a partir del 1 de enero de 2003. (Ginberg, 23 de octubre de 2002); posteriormente El presidente de la República Felipe Calderón, anunció la desaparición de la Secretaría de la Función Pública, junto con otras dos, lo cual argumentó que esto aunado a las

medidas fiscales daría un total de 180 millones de pesos para 2010. (Jiménez, 2009): No obstante a la fecha sigue existiendo la Secretaría de la Fusión Pública; sin embargo, ésta no retomó las actividades que el SECODAM había iniciado para la promoción de la RSE en México, por lo cual éstas quedan solo a cargo de organizaciones empresariales, civiles, no gubernamentales. Quedando el gobierno como promotor y responsable directo de acciones que tienen que ver con responsabilidad civil, gubernamental, transparencia, combate a la pobreza, bienestar social, algunas Secretarías que realizan estas funciones son: la Secretaría de Desarrollo Social [SEDESOL],²³ y Secretaría de la Función Pública [SFP], entre otras.

Con la finalidad de conocer más acerca de los organismos, instituciones educativas, instancias de gobierno, empresas, y organizaciones no gubernamentales, que promueven o aportan conocimiento para la RSE en México, se realizó una búsqueda tanto en investigaciones como a través de Internet, encontrándose que un equipo de trabajo fundado y dirigido por Mercedes Korin,²⁴ en 2004, el cual publicó por primera vez en Internet en el 2007, un mapeo de Promotores de la RSE en América Latina, que ofrece una herramienta gratuita y objetiva de investigación, sistematización, comparación y difusión de información sobre aquellas organizaciones que trabajan de modo sostenido en diálogo con las empresas para difundir e implementar una cultura de gestión responsable. La cual se realizó en el marco del proyecto. El

²³ SEDESOL, Secretaría encargada de formular, conducir y evaluar la política general para el combate efectivo a la pobreza, coordinando las acciones que incidan en ésta y que fomenten un mejor nivel de vida. Ejecuta programas para la atención de los sectores más desprotegidos, con el fin de elevar el nivel de vida de la población; promueve el bienestar social, y el desarrollo regional y urbano, a través del fomento de mecanismos de financiamiento, infraestructura y equipamiento; y también asegura la adecuada distribución, comercialización y abastecimiento de los productos de consumo básico para la población de escasos recursos.

²⁴ Mercedes Korin, es Magister en Sociología de la Cultura por la Universidad Nacional de San Martín en Argentina; Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires; es asesora en promoción de la RSE y otras temáticas del desarrollo en Iberoamérica, especializada en conceptualización de modelos de intervención, diseño de sistemas de evaluación, planificación de estrategias, conformación de espacios multiactorales y herramientas de difusión. Realizó trabajos para instituciones como el Banco Interamericano de Desarrollo, algunas de sus publicaciones son: coautora de la Guía FOMIN de Aprendizaje de RSE en PYMES; coautora de un estudio realizado para la Fundación Avina "En busca de la sostenibilidad"; CAF; Fundación Carolina de España; la agencia de cooperación alemana InWent; el Ministerio de Desarrollo Social de Argentina; y Fundación Ecología y Desarrollo de España. Ha disertado en numerosas conferencias de España y América Latina.

mapeo se ha constituido en una fuente de referencia en el campo de la RSE, siendo consultado por integrantes de empresas, fundaciones empresariales, organismos internacionales, organismos públicos, universidades, organizaciones de la sociedad civil y medios de comunicación que buscan conocer líneas de acción, estudios, herramientas, guías y datos de contacto de los interlocutores de las empresas en esta temática. En éste año (2012), actualizó su información, contando con nuevos participantes.

El Alcance geográfico de las líneas de acción en RSE de los promotores son: América Latina integrada por promotores que promueven la RSE en la región] y promotores que promueven la RSE en los siguientes países: Argentina, Chile, Colombia y México.

Los ámbito a los que pertenecen los promotores no son excluyentes, corresponden a: Asociaciones Empresariales [organizaciones no lucrativas formadas por empresas]; Instituciones Académicas [Universidades, Centros de Investigación u otras organizaciones que se dedican a la generación y transmisión de conocimiento sobre RSE]; Medios de Divulgación [espacios dedicados a la comunicación y divulgación de RSE, excluyéndose los blogs]; Organismos Internacionales [organizaciones formadas por diversos Estados para tratar aspectos comunes relacionados con la RSE]; Organismos Públicos; Organismos Administrativos [mediante los cuales el Estado cumple o hace cumplir la política o voluntad expresada en las leyes fundamentales del país respecto a alguno de los dominios de RSE, o incentiva la RSE de algún modo]; Organizaciones de la Sociedad Civil [no lucrativas que en el mapeo de promotores no son considerados como Organizaciones Empresariales u Organizaciones de RSE]; y Organizaciones de RSE [aquéllas que se dedican exclusivamente a promover la RSE].

Dentro las líneas de acción para la promoción de la RSE que impulsa los promotores se consideran: consumidores y clientes; Gobierno Empresarial [incluye temas sobre orientación estratégica, ética, compromisos con los grupos de interés, transparencia, derechos de los accionistas, cumplimiento legal y fiscal y lucha contra la corrupción]; Inversión Social; Medio Ambiente; Prácticas Laborales; Proveedores; y RSE en general. A continuación se muestran los promotores de la RSE en México [fig. 2.4], y los Promotores América Latina y los demás países que comprende el mapeo se pueden consultar en el **Apéndice B**. Cabe mencionar que los

creadores de ésta herramienta destacan que la actualización a 2012, correspondiente a la tercera edición, contempla más de 320 Promotores y más de 220 documentos (que pueden ser consultados en su sitio Web), y que próximamente incorporarán una nueva versión que actualizará s contenidos sobre Argentina, Colombia, Chile, México y Promotores de incidencia latinoamericana, además de que incorporará una breve descripción de promotores y documentos de Bolivia, Ecuador, Perú, Uruguay y Venezuela. (Korin, 2012).

**Mapeo de Promotores de la RSE
Alcance México**

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
AccionaRSE Comunidad Sinaloense	México	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Asesoramiento Divulgación	RSE General	
Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE)	México	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Capacitación Divulgación Reconocimiento	Gobierno Empresarial RSE General	
American Chamber of Commerce of Mexico (AmCham)	México	Asociaciones Empresariales	Articulación Divulgación	Prácticas Laborales RSE General	Mejores prácticas de diversidad e inclusión laboral
Asociación Nacional de Industria Química (ANIQ)	México	Asociaciones Empresariales	Divulgación Estandarización Reconocimiento	Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	
Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en México	México	Organismos Internacionales	Articulación Asesoramiento Divulgación Estandarización Financiamiento	Consumidores y Clientes Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores RSE General	
Banco Mundial (BM) en México	México	Organismos Internacionales	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Investigación	Gobierno Empresarial Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	
Cámara de Comercio Internacional (CCI) México	México	Asociaciones Empresariales	Estandarización	Gobierno Empresarial Proveedores RSE General	
Cámara Nacional de la Industria de Productos	México	Asociaciones Empresariales	Divulgación	Medio Ambiente	

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Cosméticos (CANIPEC)					
Cámara Nacional del Cemento (CANACEM)	México	Asociaciones Empresariales	Divulgación Reconocimiento	Prácticas Laborales	
Centro de Estudios del Sector Privado para el Desarrollo Sustentable (CESPEDES)	México	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Investigación	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Proveedores RSE General	Cambio climático: Oportunidad para el sector empresarial. Visión del sector empresarial mexicano sobre el cambio climático
Centro de Excelencia en Gobierno Corporativo (CEGC)	México	Organizaciones de la Sociedad Civil	Capacitación Divulgación Estandarización Investigación	Gobierno Empresarial	
Centro IDEARSE para la Responsabilidad y Sustentabilidad de la Empresa	México	Instituciones Académicas Organizaciones de RSE	Asesoramiento Capacitación Estandarización Investigación	Inversión Social Medio Ambiente RSE General	Las empresas del Pacto Mundial en América Latina: Contribución con los Objetivos del Milenio
Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)	México	Organizaciones de RSE	Capacitación Reconocimiento	RSE General	
Comercio Justo México (CJM)	México	Organizaciones de la Sociedad Civil	Divulgación Estandarización	Consumidores y Clientes	
Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en México	México	Organismos Internacionales	Estandarización Reconocimiento	Inversión Social Medio Ambiente RSE General	
Comisión Nacional para el Uso Eficiente de la Energía (CONUEE)	México	Organismos Públicos	Asesoramiento Reconocimiento	Medio Ambiente	
Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE)	México	Organismos Públicos Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Capacitación Divulgación	RSE General	
Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos	México	Asociaciones Empresariales	Divulgación Reconocimiento	Gobierno Empresarial RSE General	

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Mexicanos (CONCAMIN)					
Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)	México	Asociaciones Empresariales	Divulgación Reconocimiento	Gobierno Empresarial Medio Ambiente RSE General	
Consejo de Ética y Transparencia de la Industria Farmacéutica (CETIFARMA)	México	Asociaciones Empresariales	Reconocimiento	Gobierno Empresarial	
Consejo Mexicano para el Desarrollo Económico y Social (COMDES)	México	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Asesoramiento Divulgación	Medio Ambiente RSE General	
Consejo Nacional Empresarial sobre el SIDA (CONAES)	México	Asociaciones Empresariales	Asesoramiento	Prácticas Laborales	
Consejo Nacional para la Prevención de la Discriminación (CONAPRED)	México	Organismos Públicos	Capacitación Estandarización Reconocimiento	Inversión Social Prácticas Laborales	Estudio sobre buenas prácticas empresariales a favor de la igualdad Estudio y análisis de los posibles incentivos fiscales y comerciales a empresas que realicen acciones contra la discriminación
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) en México	México	Organismos Públicos	Articulación Capacitación Divulgación	Medio Ambiente RSE General	
Dirección General de Normas (DGN)	México	Organismos Públicos	Estandarización	RSE General	
Empresa Responsable	México	Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización	Prácticas Laborales RSE General	
Escuela Bancaria y Comercial (EBC)	México	Instituciones Académicas	Capacitación Divulgación	Medio Ambiente RSE General	

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Expok Innovación en Responsabilidad Social	México	Medios de Divulgación Organizaciones de RSE	Divulgación	RSE General	
Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en México	México	Organismos Internacionales	Divulgación Investigación	Inversión Social RSE General	
Fondo Unido México	México	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación	Inversión Social Prácticas Laborales	
Fundación Carolina México (FCM)	México	Asociaciones Empresariales Organismos Públicos	Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Investigación	Gobierno Empresarial RSE General	
Fundación Comunitaria Querétaro	México	Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Capacitación Divulgación	Consumidores y Clientes Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	
Fundación del Empresariado Chihuahuense (FECHAC)	México	Asociaciones Empresariales	Articulación Asesoramiento	Inversión Social	RSE. Instrumento de autodiagnóstico para las empresas
Fundación del Empresariado en México (FUNDEMEX)	México	Asociaciones Empresariales	Asesoramiento Capacitación	Inversión Social	
Fundación del Empresariado Sonorense (FESAC)	México	Asociaciones Empresariales	Articulación Asesoramiento	Inversión Social	
Fundación Empresarios por la Educación Básica (ExEb)	México	Asociaciones Empresariales	Articulación Divulgación	Inversión Social	
Fundación Merced	México	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Divulgación	Inversión Social	
Fundación Mexicana para	México	Organizaciones de	Asesoramiento	Inversión Social	

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
el Desarrollo Rural (FUNDAR)		la Sociedad Civil			
Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa (FUNTEC)	México	Asociaciones Empresariales Organismos Públicos	Asesoramiento Financiamiento	Medio Ambiente Proveedores RSE General	
Fundación para el Desarrollo Sostenible (FUNDES) México	México	Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Investigación	Consumidores y Clientes Proveedores RSE General	
Ganar-Ganar	México	Medios de Divulgación Organizaciones de RSE	Divulgación Reconocimiento	RSE General	
Instituto de las Mujeres de la Ciudad de México (Inmujeres)	México	Organismos Públicos	Estandarización	Prácticas Laborales	
Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (IMNC)	México	Organizaciones de la Sociedad Civil	Capacitación Divulgación Estandarización	RSE General	
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)	México	Instituciones Académicas	Asesoramiento Capacitación Divulgación	Inversión Social Proveedores RSE General	
Movimiento Congruencia	México	Asociaciones Empresariales	Articulación Divulgación	Prácticas Laborales	
Mundo Ejecutivo	México	Medios de Divulgación	Divulgación	RSE General	
Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) en México	México	Organismos Internacionales	Estandarización	Gobierno Empresarial Medio Ambiente RSE General	
Organización de los Estados Americanos	México	Organismos Internacionales	Articulación Capacitación	Consumidores y Clientes Inversión	

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
(OEA) en México			Divulgación Estandarización Financiamiento Reconocimiento	Social Medio Ambiente Proveedores RSE General	
Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA)	México	Organismos Públicos	Articulación Estandarización	Medio Ambiente	
Procuraduría Federal de Protección al Consumidor (PROFECO)	México	Organismos Públicos	Asesoramiento	Consumidores y Clientes	
Promotor ▲	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en México	México	Organismos Internacionales	Articulación Divulgación Financiamiento Investigación	Consumidores y Clientes Gobierno Empresarial Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores RSE General	
Red Pacto Mundial México	México	Organismos Internacionales Organizaciones de RSE	Capacitación Divulgación Estandarización	RSE General	El Pacto Mundial en México. Guía temática Guía práctica del Pacto Mundial en México. Una forma práctica para poner en marcha los 10 principios en la gestión empresarial Modelo de gestión del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Marco para su implementación
Red Puentes México	México	Organizaciones de la Sociedad Civil Organizaciones de RSE	Articulación Divulgación Investigación Reconocimiento	Consumidores y Clientes Inversión Social Prácticas Laborales RSE General	Diagnóstico inicial sobre las condiciones laborales de las mujeres en la Zona Fronteriza de Chiapas, México ISO 26000 y derechos laborales. Reflexiones y perspectivas desde las organizaciones

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
					sindicales y ciudadanas Responsabilidad social y democracia sindical. Testimonios
Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)	México	Organismos Públicos	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización	Medio Ambiente	
Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS)	México	Organismos Públicos	Divulgación Reconocimiento	Prácticas Laborales	Guía de diseño de espacios laborales ergonómicos para trabajadores con discapacidad
Sociedad para la Promoción del Manejo Forestal Sostenible (CERTIFOR)	México	Organizaciones de la Sociedad Civil	Divulgación Estandarización	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Proveedores	Guía para facilitar el acceso a la certificación en operaciones forestales pequeñas o de baja intensidad
Transparencia Mexicana (TM)	México	Organizaciones de la Sociedad Civil	Divulgación Estandarización	Gobierno Empresarial RSE General	
Unión Social de Empresarios de México (USEM)	México	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Divulgación	RSE General	
Universidad Iberoamericana (UIA)	México	Instituciones Académicas	Capacitación Investigación	Gobierno Empresarial RSE General	
Universidad Intercontinental (UIC)	México	Instituciones Académicas	Capacitación	RSE General	
Universidad Panamericana (UP)	México	Instituciones Académicas	Capacitación	RSE General	
Universidad Regiomontana (UR)	México	Instituciones Académicas	Capacitación	RSE General	
World Resources Institute (WRI) - New Ventures México	México	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Asesoramiento Divulgación Financiamiento	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Proveedores	
World Wildlife Fund (WWF) México	México	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Asesoramiento Estandarización	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Proveedores	

Fig. No. 2.4 Mapeo de Promotores de RSE en México
Fuente: Korin (2012).

2.2.5 Programas y estudios relevantes de RSE realizados en México

En el año de 2001 se implementa en México el “Distintivo ESR” que reconoce la responsabilidad social de las empresas, éste es otorgado por el CEMEFI, y tiene como objetivo promover la responsabilidad social empresarial en el país. Para lo cual convoca a las empresas a revisar su desempeño en cuatro áreas: Ética empresarial, Calidad de vida en la empresa, Vinculación con la comunidad, y Cuidado y preservación del medio ambiente. Tiene como finalidad fortalecer la cultura de la responsabilidad social empresarial a través del establecimiento de estándares de actuación y reconocer a aquellas empresas que han asumido esa cultura y la desarrollan a través de sus políticas y práctica cotidiana.

De agosto a enero de 2001 se realizó un estudio denominado “Una mirada a la responsabilidad social empresarial en México”, por Novib, Agencia Holandesa de cooperación para el desarrollo, el cual fue publicado por Espiral, en éste estudio se realizaron encuestas y entrevistas a diversos actores de la RSE en México, asimismo se localizaron fuentes bibliográficas, sitios en Internet y participación de eventos y organismos involucrados con la RSE, algunos de los cuales se han mencionado anteriormente obtenidos de otras fuentes, además Espiral junto con otras organizaciones de México Chile y Brasil, participo en una gira de estudios en Holanda y Bélgica.²⁵ Éste estudio les permitió constatar que en las empresas hay una mayor conciencia de que las condiciones de México marcadas por la pobreza y la dispersa participación ciudadana, demandan la actuación activa y prospectiva de los empresarios, vinculándose a causas sociales a fin de contribuir desde su especificidad a la solución de los grandes problemas nacionales y mundiales, el reto “señalan”: es un cambio de cultura, de actitudes, pero no solo de las empresas sino de cada uno de los actores de la RSE, haciendo conciencia de su responsabilidad como resultados del mencionado estudio, se desprenden elementos para el

²⁵ Para ampliar sobre el tema consultar "Para leer sobre transparencia", *Estrategia Y Acciones*, No. 9, Septiembre - Octubre 2002, <http://www.secodam.mx/eg/eg9/estrategias.html>

diseño de un plan de acción que contribuya a la promoción y fortalecimiento de una cultura en RSE, partiendo de pequeñas acciones que garanticen resultados a corto plazo (Sarvide, 2002).

2.2.6 Códigos Éticos

Es de importancia la existencia de un buen gobierno en las empresas que les proporcione un estándar de cómo estas deben gobernar para obtener óptimos resultados; esto se ha intentado en varios países, tal es el caso de la Unión Europea en donde han tratado de reformar la manera de gobernar sus grandes empresas, sin embargo se ha desechado una solución de una reforma legislativa y optando la vía de la “norma blanda” cambiante a medida que el entorno empresarial lo amerite. Otro ejemplo está en Estados Unidos donde se han promulgado 33 Códigos de Buen Gobierno, preparados por gobiernos o entes públicos y por comités creados por bolsas o acciones de empresarios. Un caso más es el de la Comisión Europea, quien publicó un estudio sobre el impacto de los Códigos de Buen Gobierno en los países Europeos que los han adoptado, en el se menciona que a nivel legislativo no ha habido forma de promulgar una regulación Europea común mientras que con los Códigos de Buen Gobierno la convergencia es casi total, los Códigos de Buen Gobierno han permitido mejorar las prácticas de los Consejos, la transparencia de sus actuaciones y han resultado una mayor protección de los inversores.

Es importante destacar que estos códigos no constituyen leyes, sino recomendaciones de mejores prácticas para dar explicaciones públicas a cualquier mercado, siendo éste último el que deberá sancionar a las empresas que se aparten de las buenas prácticas recomendadas. Cabe mencionar que para que la estructura de los Códigos de Buen Gobierno sea sólida hay que poseer excelentes normas pero sobre todo actuar con la mayor transparencia. Se tienen casos de grandes empresas aparentemente sólidas y con “excelentes” resultados, para invertir en ellas con plena seguridad, ya que además contaban con Códigos de Buen Gobierno bien estructurado; y sin embargo colapsaron debido a la falta de independencia de los auditores, el afán de sus socios por obtener

buenos resultados, la pericia de los altos ejecutivos para complacer a los socios en términos de resultados y demás actos que violaron el principio de revelación plena de la información (Enron y Parmalat).

En México a iniciativa del CCE, se constituyó en 1998 el Comité de Mejores Prácticas Corporativas, quien emitió el "Código de Mejores Prácticas Corporativas en México", para estos trabajos el mencionado comité reconoció la realidad y necesidades de las sociedades mexicanas. se consideró la estructura accionaria, así como la importancia que pueden tener los accionistas en la administración de las mismas. Es importante destacar que éste Código puede aplicar a todas las sociedades mexicanas, y no es exclusivo para las que cotizan en bolsa, reconociendo que existen ciertos principios que solamente son aplicables a éstas últimas, en el se establecen recomendaciones para un mejor gobierno corporativo de las sociedades mexicanas; las cuales van encaminadas a definir principios que contribuyen a mejorar el funcionamiento del Consejo de Administración y a la revelación de información a los accionistas. De manera específica, las recomendaciones buscan que las sociedades amplíen la información relativa a su estructura administrativa y las funciones de sus órganos sociales; cuenten con mecanismos que procuren que su información financiera sea suficiente; existan procesos que promuevan la participación y comunicación entre los consejeros y fomenten una adecuada revelación a los accionistas. A lo largo de éste tiempo los trabajos del Comité de Mejores Prácticas Corporativas han tomado fuerza y mayor receptividad, reflejando la tendencia existente en los mercados de valores a nivel mundial, así como la apertura progresiva de México, por lo que el CCE consideró la necesidad de actualizar el Código con el objetivo de incorporar recomendaciones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para el gobierno de las sociedades, y es así que el 14 de noviembre de 2006 en la celebración del seminario "Nuevo Código de Mejores Prácticas Corporativas" el presidente del Comité de Mejores Prácticas Corporativas del CCE presentó el nuevo código.

Esta herramienta fundamental para el éxito empresarial tiene como propósito facilitar la institucionalización y competitividad de las empresas así como el financiamiento y la confianza, busca considerar la nueva Ley del Mercado de Valores y las modificaciones a la Circular de Emisoras, además, de establecer el estándar de gobierno corporativo en México, así como ayudar a las sociedades mexicanas a hacer institucionales, competitivas y permanentes en el tiempo y que puedan acceder a diversas fuentes de financiamiento en condiciones favorables y ofrecer confianza a los inversionistas nacionales e internacionales. No obstante las recomendaciones del nuevo código son de aplicación voluntaria, sin embargo, es deseable que todas las sociedades las incorporen en su gobierno corporativo, para ello cada una definirá de acuerdo a sus necesidades los pasos y medidas de su implementación, para las empresas que cotizan sus acciones en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) deberán observar las regulaciones específicas, las cuales establecen una consideración estricta.

De todo lo anterior, es importante destacar que los principios del buen gobierno son decisivos para la viabilidad, competitividad y supervivencia de las compañías, sin importar su tamaño, naturaleza, o estructura de propiedad accionaria. Las técnicas del buen gobierno enseñan cómo deben ser manejadas y controladas las compañías, las prácticas sanas de gobierno corporativo ayudan a estas a atraer inversión, crecer, formar alianzas comerciales internacionales estratégicas y competir exitosamente en la economía global. En otras palabras, el bienestar económico de una compañía o de un país depende, en gran escala, de que las empresas posean buenas prácticas de gobierno.

Capítulo III

La investigación de campo

3.1 Metodología utilizada

La metodología es uno de los elementos esenciales de toda investigación por que representa la parte elemental para alcanzar los objetivos planteados, así pues en esta parte se da a conocer, el enfoque y tipo de investigación, los instrumentos a empleados para recabar datos, las herramientas para procesar la información y la determinación de la población de estudio.

El enfoque en que se inserta ésta investigación es mixto ya que aborda tanto aspectos cuantitativos como cualitativos, es cuantitativa debido a que para el análisis de la información se requiere de la medición numérica. (Hernández, Fernández, y Baptista, 2005) señalan que el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población. Por otra parte la investigación cualitativa según (Taylor y Bogdan, 1986), “es aquélla que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”.

La descripción anterior muestra el enfoque cualitativo de la presente investigación, ya que la realización de la misma le permitió al investigador conocer a través de la aplicación de encuestas la situación de Ética y Responsabilidad Social Empresarial en las medianas empresas de Tabasco.

El tipo de investigación que se realizó fue descriptiva; ya que es la que trabaja sobre las realidades y características fundamentales de las unidades de análisis para interpretar los datos obtenidos. (Hernández, R. et al. 2005), señala que la investigación descriptiva tiene como propósito describir situaciones y eventos, decir cómo son, cómo se manifiesta determinado fenómeno, busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Se centran en medir con la mayor precisión

posible los conceptos o variables a los que se refieren. La investigación descriptiva requiere considerable conocimiento del área que se investiga para formular las preguntas específicas que busca responder.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó tanto fuentes de recolección secundarias como primarias. Se usaron fuentes secundarias tales como: libros, artículos y bases de datos, tanto impresas, digitalizadas y electrónicas, También se usaron fuentes primarias como es la investigación de campo, para la cual se utilizó como instrumento de recolección el cuestionario

El cuestionario es uno de los instrumento más utilizado para la recolección de datos (Hernández, et al., 2005), lo concibe como un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, el cual puede contener preguntas abierta y cerradas, destinadas a obtener repuestas sobre el problema en estudio, puede aplicarse a grupos o individuos estando presente el investigador o el responsable de recoger la información, o puede enviarse por correo postal o electrónico a los destinatarios seleccionados en la muestra.

Para el procesamiento de la información, se utilizó Excel y el software estadístico, SPSS en su versión 15, por ser éste un software estadístico que contribuye como soporte en investigaciones sociales y económicas

Tomando en cuenta que en México y en particular en el estado de Tabasco las empresas son poco colaboradoras para proporcionar información de sus actividades económicas, ya que los consideran aspectos confidenciales. Se optó en considerar como población de estudio a las empresas afiliadas al Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), ya que la adhesión a éste organismo es voluntario y por lo tanto se consideró que las empresas afiliadas al mismo eran más susceptibles de proporcionar información.

3.2 Diseño de instrumentos

Gran parte de las investigaciones empíricas desarrolladas en el campo de la responsabilidad social y la ética empresarial, utilizan el cuestionario como método para la obtención de datos, este estudio pionero en Villahermosa Tabasco, México, sigue el mismo tipo de metodología, la utilización de este instrumento incluyen la presente investigación en la categoría de los modelos ex post facto (Davis, Allen, y Cosenza, 1988).

Una etapa esencial en el proceso de cualquier investigación empírica es la elaboración del cuestionario, hasta el punto que un diseño inadecuado puede poner en juego el éxito de una encuesta y de la propia investigación (Ramos, 2000: p. 221).

En algunos países europeos y en Estados Unidos la investigación en éstos ámbitos ha ido en aumento en los últimos años en Latinoamérica, Chile es uno de los países que van al frente, en el caso de México éste tipo de investigación apenas va incursionando por lo tanto aun es bastante reducida.

El modelo de cuestionario utilizado es resultante de un profundo trabajo de revisión preliminar de la literatura referente a las investigaciones empíricas sobre la problemática de la ética y la responsabilidad social en las empresas, se tomaron como base los utilizados por: (Caraveado, 1988; Melé, Garriga, y Guillen, 2000; y Forética, 2002), así como los indicadores de responsabilidad social empresarial del Instituto ETHOS (Indicadores ETHOS de Responsabilidad Social Empresarial, 2004). No obstante se tuvieron que hacer las adecuaciones pertinentes para adaptarlos al entorno e idiosincrasia del País y Estado en que se aplicarían.

El modelo de cuestionario adoptado se justifica, precisamente, por el hecho de que se trata de un instrumento ya contrastado en otros países y cuya funcionalidad se ha comprobado en múltiples utilizaciones. En su diseño la precaución fundamental fue que no produjera rechazo inmediato

de quienes lo recibían, por lo cual en la elaboración de las preguntas se consideraron principios metodológicos como son: precisión, claridad, inteligibilidad, no ambigüedad, entre otros (Davis, et al., 1988; Hussey, J., & Hussey, R., 1997; y Foddy, 1992).

La adaptación del cuestionario fue detenidamente revisado y se sometió a la prueba piloto, lo cual permitió modificar la secuencia y redacción de algunas preguntas contenidas en el cuestionario original, así como determinar de forma más exacta la probabilidad de aceptación y rechazo.

Para el diseño del instrumento de recolección de datos, primeramente se elaboró una plantilla campos, necesidades de información, variables y preguntas, y posteriormente tomándola como base se procedió a diseñar el cuestionario (Anexo A).

Cabe destacar que para la recogida de la información se consideró conveniente dividir la información en tres campos de estudio: Información general, ética empresarial y responsabilidad social empresarial. El campo de información general se encuentra integrado por tres variables y tres preguntas; el campo de ética empresarial se conforma de dos variables y ocho preguntas y finalmente el campo de Responsabilidad social empresarial se compone de cuatro variables y 13 preguntas, quedando así integrado el cuestionario con un total de 21 preguntas. La finalidad de cada campo y sus variables se muestra en la mencionada plantilla (tabla 3.1).

PLANTILLA DE CAMPOS, NECESIDADES DE INFORMACIÓN, VARIABLES Y PREGUNTAS																																					
CAMPO	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	VARIABLES	PREGUNTAS																																		
A. Información general	Este conjunto de variables y sus preguntas tiene como finalidad obtener información general de la empresa.	A1. Sector económico	1. Sector económico																																		
		A2. Distintivo RSE	2. Tiene el distintivo empresa socialmente responsable que otorga CEMEF?																																		
		A3. Ventas	3. ¿Cuál fue su rango de ventas obtenido en el año anterior? (cantidades en miles de pesos)	<table border="1"> <tr><td>a.</td><td>0.</td><td>a</td><td>5,000</td><td></td></tr> <tr><td>b.</td><td>5,001.</td><td>-</td><td>10,000.</td><td></td></tr> <tr><td>c.</td><td>10,001.</td><td>-</td><td>15,000.</td><td></td></tr> <tr><td>d.</td><td>15,001.</td><td>-</td><td>20,000.</td><td></td></tr> <tr><td>e.</td><td>20,001.</td><td>-</td><td>25,000.</td><td></td></tr> <tr><td>f.</td><td>25,001.</td><td>-</td><td>30,000.</td><td></td></tr> <tr><td>g.</td><td>30,001.</td><td>o</td><td>mayor</td><td></td></tr> </table>	a.	0.	a	5,000		b.	5,001.	-	10,000.		c.	10,001.	-	15,000.		d.	15,001.	-	20,000.		e.	20,001.	-	25,000.		f.	25,001.	-	30,000.		g.	30,001.	o
a.	0.	a	5,000																																		
b.	5,001.	-	10,000.																																		
c.	10,001.	-	15,000.																																		
d.	15,001.	-	20,000.																																		
e.	20,001.	-	25,000.																																		
f.	25,001.	-	30,000.																																		
g.	30,001.	o	mayor																																		

PLANTILLA DE CAMPOS, NECESIDADES DE INFORMACIÓN, VARIABLES Y PREGUNTAS																																																										
CAMPO	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	VARIABLES	PREGUNTAS																																																							
B. Ética empresarial	<p>Este campo se integra por dos variables que agrupan diversas preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> La variable importancia de la ética, tiene como finalidad conocer la importancia que se le concede a ética empresarial en las medianas empresas tabasqueñas, que acciones realizan para reforzarla, y quienes son los responsables de vigilar que se ejerza. La variable documentos éticos tiene como finalidad conocer si la ética se refuerza mediante documentos éticos, quienes los han elaborado y que medios utilizan para difundirlos. Asimismo conocer las causas por las que se carece de documentos éticos en caso de que proceda. 	B1. Importancia de la ética	<p>4. Señale el grado de importancia que tiene la ética empresarial, en los siguientes aspectos: (1) nada importantes, (2) poco importante, (3) medianamente importante, (4) importante y (5) muy importante</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Aspectos</th> <th style="text-align: center;">1</th> <th style="text-align: center;">2</th> <th style="text-align: center;">3</th> <th style="text-align: center;">4</th> <th style="text-align: center;">5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A. Expresar valores corporativos</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>B. Establecer políticas éticas</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>C. Favorecer la excelencia humana de los empleados</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>D. Evitar conductas deshonestas</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>F. Construir la identidad corporativa</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>F. Fomentar la cultura corporativa</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>G. Mejorar la imagen corporativa</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>								Aspectos	1	2	3	4	5	A. Expresar valores corporativos						B. Establecer políticas éticas						C. Favorecer la excelencia humana de los empleados						D. Evitar conductas deshonestas						F. Construir la identidad corporativa						F. Fomentar la cultura corporativa						G. Mejorar la imagen corporativa					
			Aspectos	1	2	3	4	5																																																		
			A. Expresar valores corporativos																																																							
			B. Establecer políticas éticas																																																							
			C. Favorecer la excelencia humana de los empleados																																																							
			D. Evitar conductas deshonestas																																																							
			F. Construir la identidad corporativa																																																							
			F. Fomentar la cultura corporativa																																																							
			G. Mejorar la imagen corporativa																																																							
			<p>5. Cuáles de las siguientes acciones se realizan en la empresa para fortalecer la ética empresarial.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td>A. Se realizan informes o auditorías periódicas sobre aspectos éticos</td> <td></td> </tr> <tr> <td>B. Se valora el comportamiento ético del personal</td> <td></td> </tr> <tr> <td>C. Existe una oficina especial</td> <td></td> </tr> <tr> <td>D. Se siguen procedimientos formalizados para gestionar problemas éticos</td> <td></td> </tr> <tr> <td>E. Existen programas de formación ética</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>								A. Se realizan informes o auditorías periódicas sobre aspectos éticos		B. Se valora el comportamiento ético del personal		C. Existe una oficina especial		D. Se siguen procedimientos formalizados para gestionar problemas éticos		E. Existen programas de formación ética																																							
A. Se realizan informes o auditorías periódicas sobre aspectos éticos																																																										
B. Se valora el comportamiento ético del personal																																																										
C. Existe una oficina especial																																																										
D. Se siguen procedimientos formalizados para gestionar problemas éticos																																																										
E. Existen programas de formación ética																																																										

PLANTILLA DE CAMPOS, NECESIDADES DE INFORMACIÓN, VARIABLES Y PREGUNTAS			
CAMPO	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	VARIABLES	PREGUNTAS
Continúa el campo B. Ética empresarial		Continúa variable B1. Importancia de la ética	6. Quién es el responsable de los acuerdos éticos en la empresa? <div style="margin-top: 5px;"> A. Socios y/o propietarios <input style="width: 40px;" type="text"/> </div> <div style="margin-top: 5px;"> B. Director General <input style="width: 40px;" type="text"/> </div> <div style="margin-top: 5px;"> C. Dirección de Recursos Humanos <input style="width: 40px;" type="text"/> </div> <div style="margin-top: 5px;"> D. Directivos intermedios <input style="width: 40px;" type="text"/> </div> <div style="margin-top: 5px;"> E. Departamento jurídico <input style="width: 40px;" type="text"/> </div> <div style="margin-top: 5px;"> F. Persona designada para ello <input style="width: 40px;" type="text"/> </div> <div style="margin-top: 5px;"> G. Comité de ética <input style="width: 40px;" type="text"/> </div> <div style="margin-top: 5px;"> H. Nadie en particular <input style="width: 40px;" type="text"/> </div>
		B2. Documentos éticos	7. ¿Cuenta su empresa con documentos éticos tales como: Códigos de ética, Credo corporativo, declaración de valores, misión, etc.? <div style="margin-top: 10px;"> Sí <input style="width: 40px;" type="text"/> </div> <div style="margin-top: 10px;"> No <input style="width: 40px;" type="text"/> </div> <div style="margin-top: 10px; font-size: small;"> <i>Si su respuesta fue negativa por favor continúe con la siguiente pregunta; si fue afirmativa continúe a partir de la pregunta número seis.</i> </div>

PLANTILLA DE CAMPOS, NECESIDADES DE INFORMACIÓN, VARIABLES Y PREGUNTAS			
CAMPO	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	VARIABLES	PREGUNTAS
<p>Continúa el campo B. Ética empresarial</p>	<p>Continúa la variable B2. Documentos éticos</p>	<p>8. Si su empresa carece de documentos éticos, señale por cual de las siguientes razones:</p> <p>A. Están en proceso de elaboración <input type="checkbox"/></p> <p>B. Tratamos de reforzar la ética sin documentos <input type="checkbox"/></p> <p>C. Se siguen códigos éticos generales en el ramo de la empresa <input type="checkbox"/></p> <p>D. Lo primordial es la conducta ética de los directivos <input type="checkbox"/></p> <p>E. No vemos la utilidad de contar con documentos éticos <input type="checkbox"/></p> <p>F. No es necesario reforzar el comportamiento ético <input type="checkbox"/></p> <p>G. Consideramos que la ética nada tiene que ver con los negocios <input type="checkbox"/></p> <p><i>Por favor continúe a partir de la pregunta número nueve</i></p>	<p>9. Con cuales de los siguientes documentos éticos cuenta su empresa</p> <p>A. Código de ética <input type="checkbox"/></p> <p>B. Credo corporativo <input type="checkbox"/></p> <p>C. Misión y visión corporativa <input type="checkbox"/></p> <p>D. Declaración de valores <input type="checkbox"/></p> <p>E. Otros ¿cuales? <input type="checkbox"/></p>

PLANTILLA DE CAMPOS, NECESIDADES DE INFORMACION, VARIABLES Y PREGUNTAS			
CAMPO	NECESIDADES DE INFORMACION	VARIABLES	PREGUNTAS
Continúa el campo B. Ética empresarial		Continúa la variable E2. Documentos éticos	10. Señala quien ha elaborado los documentos éticos con que cuenta su empresa A. Propietarios y/o socios B. Altos directivos de la empresa C. Directivos de niveles intermedios D. Ampio proceso participativo de grupos de interés de la empresa E. Asesoramiento de expertos independientes
			11. Señala cuales de los siguientes medios utilizan para difundir los documentos éticos de su empresa. A. Presentación oral B. Remisiones de trabajo periódicas C. Carteles folletos manuales D. Publicación en la Web E. Se les da a conocer a los trabajadores cuando ingresan a la empresa

PLANTILLA DE CAMPOS, NECESIDADES DE INFORMACIÓN, VARIABLES Y PREGUNTAS																																														
CAMPO	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	CI. Actores	VARIABLES	PREGUNTAS																																										
C. Responsabilidad social empresarial	Este Campo se integra por dos variables y varias preguntas. -La finalidad de la variable actores es conocer los actores con los que la empresa está más comprometida con acciones de RSE, que niveles jerárquicos determinan las acciones y quienes las aplican, así como conocer el tipo de acciones de responsabilidad social que realizan. La variable beneficiarios tiene como finalidad conocer quienes se benefician de las acciones de responsabilidad social que realiza la empresa, y si esta se proyecta a través de ellos.			12. Con quienes de los siguientes actores considera que la empresa debe de estar más comprometida con sus acciones de responsabilidad social: (1) nada importantes, (2) poco importante, (3) medianamente importante, (4) importante y (5) muy importante																																										
				<table><tr><th>Aspectos</th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th></tr><tr><td>A. Trabajadores</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>B. Propietarios y/o accionistas</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>C. Clientes</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>D. Proveedores</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>E. Medio ambiente</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>F. Comunidad</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	Aspectos	1	2	3	4	5	A. Trabajadores						B. Propietarios y/o accionistas						C. Clientes						D. Proveedores						E. Medio ambiente						F. Comunidad					
Aspectos	1	2	3	4	5																																									
A. Trabajadores																																														
B. Propietarios y/o accionistas																																														
C. Clientes																																														
D. Proveedores																																														
E. Medio ambiente																																														
F. Comunidad																																														
				13. ¿Qué niveles jerárquicos intervienen para determinar las acciones de responsabilidad social de su empresa? (puede seleccionarmás de una)																																										
				<table><tr><td>A. Propietarios y/o Socios de la empresa</td><td></td></tr><tr><td>B. Directivos</td><td></td></tr><tr><td>C. Comité de funcionarios y empleados</td><td></td></tr></table>	A. Propietarios y/o Socios de la empresa		B. Directivos		C. Comité de funcionarios y empleados																																					
A. Propietarios y/o Socios de la empresa																																														
B. Directivos																																														
C. Comité de funcionarios y empleados																																														
				14. ¿Quiénes intervienen para aplicar las acciones de responsabilidad social en su empresa?																																										
				<table><tr><td>A. La empresa</td><td></td></tr><tr><td>B. Fundación propia de la empresa</td><td></td></tr><tr><td>C. La empresa y terceros especializados a los que solicita apoyo como son: Fundaciones civiles u organizaciones no gubernamentales(ONGs)</td><td></td></tr></table>	A. La empresa		B. Fundación propia de la empresa		C. La empresa y terceros especializados a los que solicita apoyo como son: Fundaciones civiles u organizaciones no gubernamentales(ONGs)																																					
A. La empresa																																														
B. Fundación propia de la empresa																																														
C. La empresa y terceros especializados a los que solicita apoyo como son: Fundaciones civiles u organizaciones no gubernamentales(ONGs)																																														

PLANTILLA DE CAMPOS, NECESIDADES DE INFORMACION, VARIABLES Y PREGUNTAS														
CAMPO	NECESIDADES DE INFORMACION	VARIABLES	PREGUNTAS											
Continúa el campo C. Responsabilidad social empresarial		Continúa la variable C1. Actores	15. Indique cuales de las siguientes acciones de RSE realiza su empresa <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 5px;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">Relacionadas con salud</th> <th style="width: 15%;">Relacionadas con Educación</th> <th style="width: 15%;">Relacionadas con arte y cultura</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">SI NO</td> <td style="text-align: center;">SI NO</td> <td style="text-align: center;">SI NO</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Relacionadas con salud	Relacionadas con Educación	Relacionadas con arte y cultura	SI NO	SI NO	SI NO				
Relacionadas con salud	Relacionadas con Educación	Relacionadas con arte y cultura												
SI NO	SI NO	SI NO												
	C2. Beneficiarios		16. ¿Quiénes son los beneficiarios directos de las acciones de responsabilidad enfocadas a la salud que proporciona su empresa? (puede seleccionar más de una) <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 5px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 80%;">A. Los trabajadores y sus familias</td> <td style="width: 20%; text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>B. La comunidad</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		A. Los trabajadores y sus familias	<input type="checkbox"/>	B. La comunidad	<input type="checkbox"/>						
A. Los trabajadores y sus familias	<input type="checkbox"/>													
B. La comunidad	<input type="checkbox"/>													
			17. ¿Qué acciones de responsabilidad social relacionadas con la educación, realiza su empresa? (puede seleccionar más de una) <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 5px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 80%;">A. Proporcionando cursos de capacitación a los trabajadores</td> <td style="width: 20%; text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>B. Proporciona cursos de superación personal y autoestima a sus trabajadores.</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>C. Proporciona tiempo o apoyo económico para que sus trabajadores, realicen estudios</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>D. Apoya económicamente en estudios realizados por familiares de sus trabajadores</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>E. Apoya económicamente en acciones de educación que beneficien a la comunidad ¿Cuáles?</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		A. Proporcionando cursos de capacitación a los trabajadores	<input type="checkbox"/>	B. Proporciona cursos de superación personal y autoestima a sus trabajadores.	<input type="checkbox"/>	C. Proporciona tiempo o apoyo económico para que sus trabajadores, realicen estudios	<input type="checkbox"/>	D. Apoya económicamente en estudios realizados por familiares de sus trabajadores	<input type="checkbox"/>	E. Apoya económicamente en acciones de educación que beneficien a la comunidad ¿Cuáles?	<input type="checkbox"/>
A. Proporcionando cursos de capacitación a los trabajadores	<input type="checkbox"/>													
B. Proporciona cursos de superación personal y autoestima a sus trabajadores.	<input type="checkbox"/>													
C. Proporciona tiempo o apoyo económico para que sus trabajadores, realicen estudios	<input type="checkbox"/>													
D. Apoya económicamente en estudios realizados por familiares de sus trabajadores	<input type="checkbox"/>													
E. Apoya económicamente en acciones de educación que beneficien a la comunidad ¿Cuáles?	<input type="checkbox"/>													

PLANTILLA DE CAMPOS, NECESIDADES DE INFORMACIÓN, VARIABLES Y PREGUNTAS			
CAMPO	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	VARIABLES	PREGUNTAS
Continúa el campo C. Responsabilidad social empresarial		Continúa la variable C2. Beneficiarios	<p>18. ¿Qué acciones de responsabilidad social relacionadas con el arte y la cultura, realiza su empresa?</p> <p>A. Financiando actividades que se organizan al interior de la empresa <input type="checkbox"/></p> <p>B. Apoyando económicamente actividades que organiza la comunidad, instituciones educativas o instituciones culturales gubernamentales <input type="checkbox"/></p> <p>C. Ambas <input type="checkbox"/></p>
		C3 Medio ambiente	<p>19. ¿Genera desechos peligrosos como resultado de sus procesos productivos?</p> <p>A. SI <input type="checkbox"/></p> <p>B. No <input type="checkbox"/></p>
			<p>20. ¿Qué tratamiento les da a los desechos peligrosos que genera?</p> <p>A. Se canalizan a la basura <input type="checkbox"/></p> <p>B. Se depositan en rellenos <input type="checkbox"/></p> <p>C. Se canalizan a empresas especializadas que les dan tratamiento especial <input type="checkbox"/></p>
			<p>21. ¿Qué tratamiento les da a los desechos no peligrosos que genera?</p> <p>A. Se canalizan a la basura <input type="checkbox"/></p> <p>B. Los reciclables se separan y canalizan a empresas especializadas <input type="checkbox"/></p>

PLANTILLA DE CAMPOS, NECESIDADES DE INFORMACIÓN, VARIABLES Y PREGUNTAS			
CAMPO	NECESIDADES DE INFORMACIÓN	VARIABLES	PREGUNTAS
Continúa el campo C: Responsabilidad social empresarial		Continúa la variable C3 Medio ambiente	<p>22. ¿Qué otras actividades realiza su empresa para contribuir a la conservación del medio ambiente (puede seleccionar más de una)</p> <p>A. Se implementan procesos productivos tendientes a reducir el impacto negativo del medio ambiente <input type="checkbox"/></p> <p>B. Se procura la utilización de insumos ecológicos <input type="checkbox"/></p> <p>C. Se realizan campañas en pro de la protección del medio ambiente <input type="checkbox"/></p> <p>D. Se apoya a campañas de protección al medio que organizan ONG's o instituciones gubernamentales <input type="checkbox"/></p>
		C4. Proyección de la empresa	<p>23. ¿Que busca su empresa al realizar acciones de responsabilidad social?</p> <p>A. Generar orgullo y alto sentido de identidad en trabajadores y directivos de la empresa <input type="checkbox"/></p> <p>B. Obtener mayor prestigio para su empresa ante la comunidad <input type="checkbox"/></p>
			<p>24. ¿Qué tipo de recursos utiliza su empresa para ejercer acciones de responsabilidad social? (puede seleccionar más de una)</p> <p>A. De las utilidades de la empresa <input type="checkbox"/></p> <p>B. De un presupuesto elaborado en base a un plan de acción <input type="checkbox"/></p>

Fig. No. 2.5 Plantilla de campos, necesidades de información, variables y preguntas
Fuente: Diseño del autor

3.3 Prueba Piloto

Para validar el cuestionario y determinar el grado de aceptación y rechazo de la investigación se procedió a elaborar la prueba piloto, la cual se contempló a aplicar a un 20% de la población. Debido a la lejanía de la residencia provisional de la investigadora con el lugar en donde se requería la aplicación de la prueba piloto, se considero en primer instancia para la recogida de la información preliminar, el uso del correo postal, basada en el éxito de otras investigaciones como la de (Nacimiento, 2000). Sin embargo dadas las condiciones de demora que presenta este servicio en México y la distancia entre México y España, esta alternativa fue descartada, y se consideró como una segunda opción el envío del cuestionario a través del correo electrónico, debido a las ventajas de acercamiento que brindan las tecnologías de información.

Para ello se procedió a analizar qué porcentaje de las empresas que integran el universo de estudio contaban con e-mail, detectándose con información obtenida del SIEM, que un 53% (32 empresas) contaba con correo electrónico de algún directivo de primera línea con funciones de gestión, socio o propietario (que era con quienes interesaba contactar), sin embargo al enviar el cuestionario se encontró que del 100% de correos electrónicos con que se disponía, solo el 37% (20 correos) eran correctos y un 63% (33 correos) eran inoperantes, aun con este contratiempo las circunstancias para la aplicación de la prueba piloto eran alentadoras, pues se disponía de 12 empresas con las que se podía contactar por este medio, las cuales representaban exactamente el 20% de la población, que era el estándar que se había fijado aplicar como prueba piloto; sin embargo solo se obtuvo respuesta de tres empresas, por lo que la aplicación de la prueba piloto se realizo de manera personal en enero de 2006 a un 20% de las empresas que conformaban el universo de estudio (12 empresas).

Una de las principales preguntas que permitiría detectar las posibilidades de aceptación y rechazo de la investigación y comprobar o refutar las hipótesis planteadas era, detectar si las medianas empresas tabasqueñas contaban con documentos éticos, ya que se considera que las empresas que

se preocupan por implementar documentos éticos, darlos a conocer en la comunidad empresarial y procurar que se apliquen, son empresas que están mayormente comprometidas con aspectos de ética y responsabilidad empresarial.

El resultado que se obtuvo de la prueba piloto fue que el 67% de las empresas cuenta con algún documento ético y un 33% carece de éstos.

3.4 Determinación de la muestra

La idea original se fundamentaba en la aplicación de un censo que abarcará el 100% de la población de estudio (60 empresas), no obstante se procedió a determinar la muestra previendo que la aplicación del censo no fuera posible.

La muestra es en esencia un subgrupo de la población. Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Selltiz, 1980, citado en (Hernández et al. 2003). La muestra determinada es de tipo probabilístico y se calcula aplicando la fórmula que se muestra en la ilustración 3.1

$$n = \frac{pq}{\frac{\varepsilon^2}{Z^2} + \frac{pq}{N}}$$

Fig. No. 3.1 Fórmula para determinar la muestra
Fuente: Fuentelsaz (2004).

En donde:

p= Nivel de aceptación

q= Nivel de rechazo

Z= Nivel de confianza

N= Población de estudio

n= Muestra

ε = Margen de error

Los niveles de aceptación y rechazo se obtuvieron de la prueba piloto, teniendo así un nivel de aceptación del 67% y un nivel de rechazo del 33%

Para determinar el nivel de confianza se parte del porcentaje de éxito estimado para la aplicación de la muestra, que en este caso se consideró un 95%, partiendo de lo expuesto por (Berenson; Levine; Krehbiel., 2001) que señalan que si se toman todas las muestras posibles del mismo tamaño y se calculan sus medias muestrales, 95% de ellas incluyen la media poblacional en algún punto del intervalo alrededor de esas medias muestrales y solo el 5% no lo hace.

Para determinar el nivel de confianza se parte del porcentaje de éxito asignado a la aplicación de la muestra, y se divide entre 2.

$$0,95 \div 2 = 0,475$$

El valor obtenido (0,475) se busca en la tabla del Área de la curva normal. (Mendenhall, Beaver, R.J.; y Beaver, M., 2008). Una vez identificado el valor en tabla del área de la curva normal, se suman las cantidades correspondientes del valor buscado en la intersección de la columna y la fila, y este representa el nivel de confianza, para este caso en particular el valor encontrado fue 1,9 en la fila y 0,06 en la columna quedando la suma como sigue:

$$1,9 + 0,06 = 1,96$$

Contando entonces con los siguientes datos para la obtención de la muestra:

$$n = ?$$

$$p = 0,67$$

$$q = 0,33$$

$$\varepsilon = 0,05$$

$$Z = 1,96$$

$$N = 60$$

Sustituyendo los datos en la fórmula, se tiene:

$$n = \frac{pq}{\frac{\varepsilon^2}{Z^2} + \frac{pq}{N}}$$

$$n = \frac{(0,67)(0,33)}{\frac{(0,05)^2}{(1,96)^2} + \frac{(0,67)(0,33)}{60}}$$

$$n = \frac{(0,2211)}{\frac{(0,0025)}{3,8416} + \frac{(0,2211)}{60}}$$

$$n = \frac{(0,2211)}{0,0006507 + 0,003685}$$

$$n = \frac{(0,2211)}{0,0043}$$

$$\boxed{n = 51}$$

3.5 Aplicación de instrumentos

La aplicación de instrumentos fue bastante exitosa, se aplicó el cuestionario a 59 empresas de la población, solo a una de ellas no fue posible aplicarle el cuestionario, ya que no estuvo dispuesta a colaborar.

De las 59 empresas encuestadas seis de ellas pertenecía a un mismo grupo de empresarios, por lo tanto los resultados obtenidos de la encuesta eran idénticos, por lo que se presentó un solo resultado, tomando como base que en otros estudios realizados en Europa seguían el mismo esquema, de agrupar empresas que pertenecían a un mismo grupo (Forética, 2002). Presentando así resultados de 54 empresas.

Cabe mencionar que aun cuando la pregunta referente a las ventas se localizaba dentro de la información general representada por el campo A, en el cuestionario no se ubico dentro de las primeras preguntas, ya que se consideró más prudente hacerla al empresario, una vez que estuviera familiarizado con el cuestionario, esto debido a que en México y en particular en Tabasco, rara vez los empresarios están dispuestos a colaborar proporcionando información (ya que ellos la consideran confidencial), al menos que les sea solicitada mediante oficio por las autoridades competentes (Secretaria de Hacienda y Crédito Público, las Cámaras o asociaciones a que se afilian, el Instituto Mexicano del Seguro Social, entre otros).

Capítulo IV

Análisis e interpretación de los resultados

4.1 Referente al campo A. Información General

4.1.1 Variable A1. Sector económico.

En la tabla y fig. 4.1 se muestra el sector económico al que corresponden las unidades de análisis; como puede apreciarse se contemplaron los tres sectores económicos, por lo cual se puede afirmar que la muestra es representativa de cada uno de ellos.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Industria	31	57%	57%
	Comercio	15	28%	85%
	Servicio	8	15%	100%
	Total	54	100%	

Tabla No. 4.1 Sector económico de las empresas de estudio
Fuente: Diseño del autor

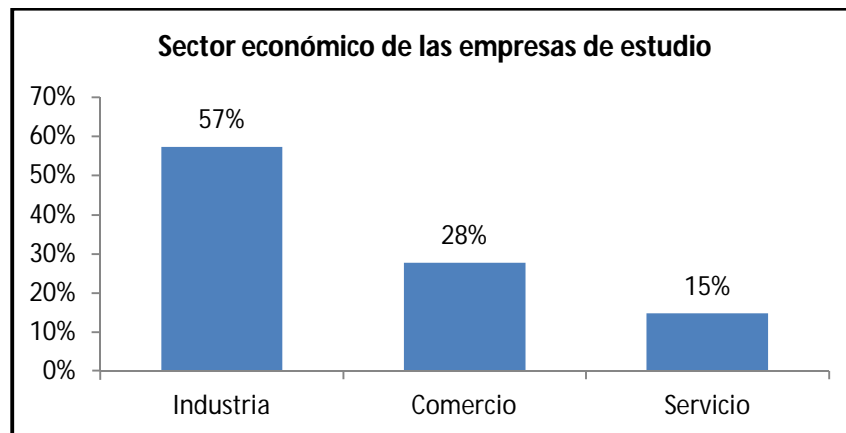


Fig. No. 4.1 Sector económico de las empresas de estudio
Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Variable A2. Distintivo Empresa Socialmente Responsable

A la fecha del levantamiento de la información (octubre 2005) ninguna de las empresas encuestadas había recibido el distintivo de "Empresa socialmente responsable" que otorga el Centro Mexicano para la Filantropía.

4.1.3 Variable A3. Ventas

Con la finalidad de conocer las ventas del año anterior y en un momento dado poder relacionarlos con las acciones que en materia de ética y responsabilidad social realizan las unidades de estudio, se establecieron 7 rangos, los cuales se muestran en la tabla y fig. 4.2; como puede apreciarse las ventas que predominaron fueron las superiores a 30 millones de pesos, que se presentaron en 23 unidades que representan el 42.59% y las que menos se dieron fueron las que oscilan entre 10 y 15 millones de pesos, la cuales se sólo en una empresa, que representan el 1.85% del total.

(Cantidades en miles de pesos)		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
validos	0 a 5000	13	24%	24%
	5001 a 10000	2	4%	28%
	10001 a 15000	1	2%	30%
	15001 a 20000	4	7%	37%
	20001 a 25000	6	11%	48%
	25001 a 30000	5	9%	57%
	30001 o mayor	23	43%	100%
Total de empresas encuestadas		54	100%	

Tabla No. 4.2 Ventas del año anterior
Fuente: Diseño del autor

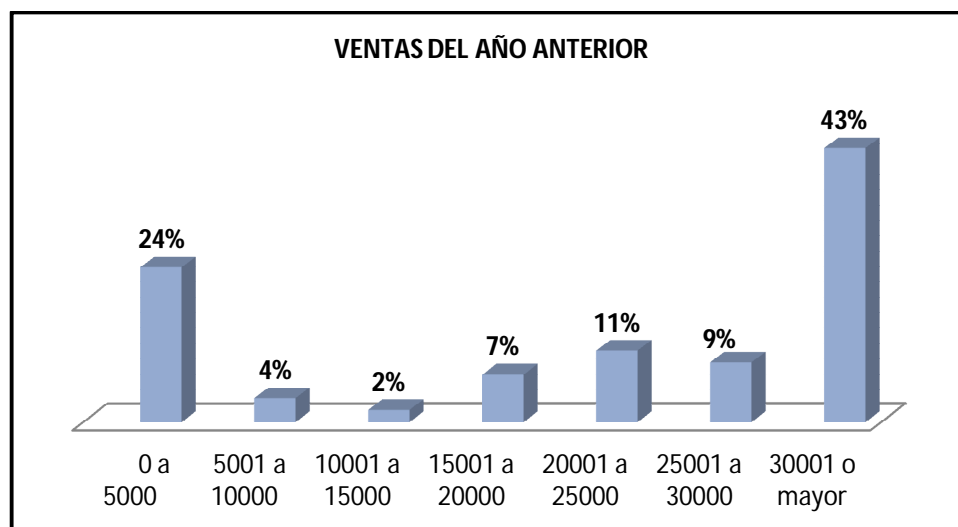


Fig. No. 4.2 Ventas del año anterior
Fuente: Elaboración propia

4.2 Referente al campo B. Ética empresarial

4.2.1 Variable B1. Importancia de la ética empresarial

Esta variable se analizó subdividiéndola en tres aspectos: grado de importancia de la ética en diversos aspectos de la empresa, acciones realizadas para fortalecer la ética y responsable de los asuntos éticos.

Sub-variable BI-1. Grado de importancia de la ética en diversos aspectos de la empresa

Para analizar la importancia que conceden los empresarios a la ética empresarial para expresar valores corporativos, establecer políticas éticas, favorecer la excelencia humana en los empleados evitar conductas deshonestas, construir la identidad corporativa, fomentar la cultura corporativa y mejorarla; se les solicitó que indicarán que tan importante era cada uno de esos aspectos, partiendo de nada importante hasta muy importante, los resultados se pueden apreciar en las tablas 4.3 a 4.10 y en la fig. 4.3.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Nada importante	0	0%	0%
	Poco importante	5	9%	9%
	Medianamente importante	22	41%	50%
	Importante	16	30%	80%
	Muy importante	11	20%	100%
	Total	54	100%	

Tabla No. 4.3 Importancia de la ética para expresar valores corporativos
Fuente: Diseño del autor

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Nada importante	0	0%	0%
	Poco importante	2	4%	4%
	Medianamente importante	13	24%	28%
	Importante	29	54%	81%
	Muy importante	10	19%	100%
	Total	54	100%	

Tabla No. 4.4 Importancia de la ética para establecer políticas éticas
Fuente: Diseño del autor

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Nada importante	0	0%	0%
	Poco importante	1	2%	2%
	Medianamente importante	13	24%	26%
	Importante	31	57%	83%
	Muy importante	9	17%	100%
	Total	54	100%	

Tabla No. 4.5 Importancia de la ética para favorecer la excelencia humana
Fuente: Diseño del autor

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Nada importante	1	2%	2%
	Poco importante	1	2%	4%
	Medianamente importante	12	22%	26%
	Importante	30	56%	81%
	Muy importante	10	19%	100%
	Total	54	100%	

Tabla No. 4.6 Importancia de la ética para evitar conductas deshonestas
Fuente: Diseño del autor

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Nada importante	0	0%	0%
	Poco importante	2	4%	4%
	Medianamente importante	12	22%	26%
	Importante	30	56%	81%
	Muy importante	10	19%	100%
	Total	54	100 %	

Tabla No. 4.7 Importancia de la ética para construir la identidad corporativa
Fuente: Diseño del autor

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Nada importante	0	0%	0%
	Poco importante	5	9%	9%
	Medianamente importante	23	43%	52%
	Importante	16	30%	81%
	Muy importante	10	19%	100%
	Total	54	100%	

Tabla No. 4.8 Importancia de la ética para fomentar la cultura corporativa
Fuente: Diseño del autor

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Nada importante	0	0%	0%
	Poco importante	8	15%	15%
	Medianamente importante	21	39%	54%
	Importante	15	28%	81%
	Muy importante	10	19%	100%
	Total	54	100%	

Tabla No. 4.9 Importancia de la ética para mejorar la imagen corporativa
Fuente: Diseño del autor

ASPECTO	A		B		C		D		E		F		G	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Poco importante	5	10%	2	10%	1	0%	1	0%	2	0%	5	10%	8	10%
Medianamente importante	22	40%	13	20%	13	20%	12	20%	12	20%	23	40%	21	40%
Importante	16	30%	29	50%	31	60%	30	60%	30	60%	16	30%	15	30%
Muy importante	11	20%	10	20%	9	20%	10	20%	10	20%	10	20%	10	20%
TOTAL	54	100%	54		54	100%	53	100%	54	100%	54	100%	54	100%

Tabla No. 4.10 Resumen de la importancia de todos los aspectos
Fuente: Diseño del autor

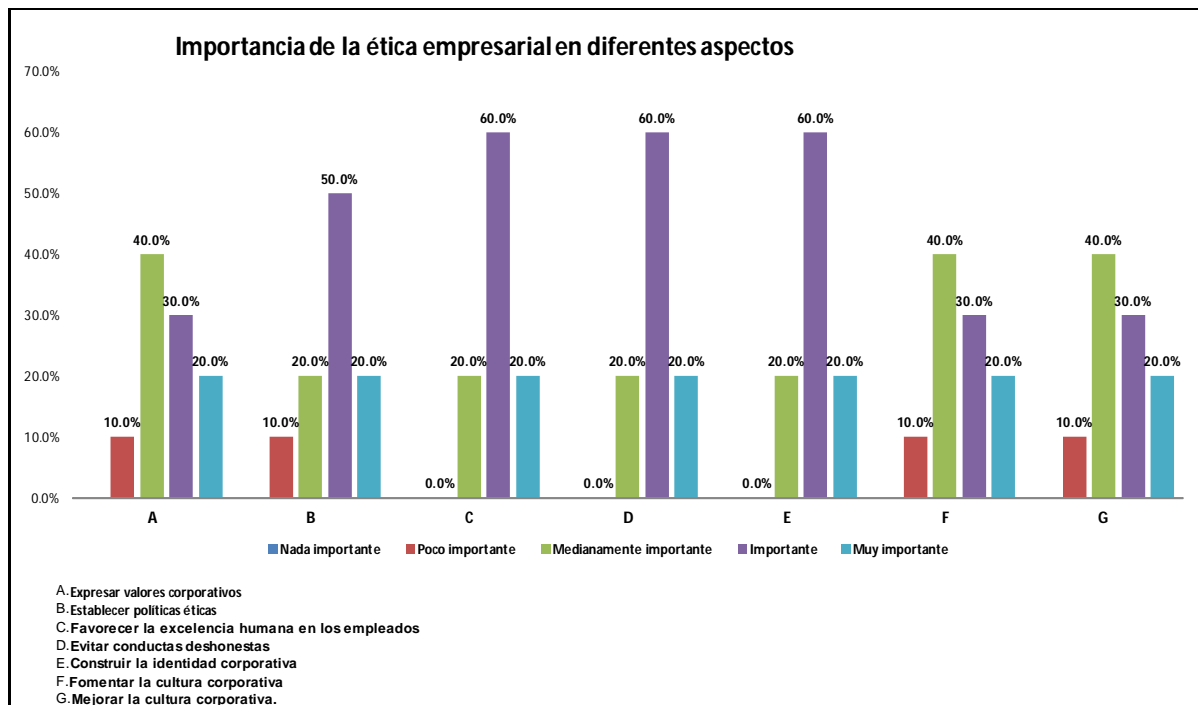


Fig. No. 4.3 Importancia de la ética empresarial en diferentes aspectos
Fuente: Elaboración propia

Como puede apreciarse, la ética empresarial no es un valor olvidado por los funcionarios de las medianas empresas tabasqueñas, ya que le otorgan algún grado de importancia para establecer valores, políticas, conductas, e identidad corporativa, a excepción, del aspecto “D” evitar conductas deshonestas en las que un pequeño porcentaje de encuestados (2%) considera que la ética no tiene importancia. En general se puede decir que los empresarios consideran que la ética es “muy importante”, ya que fue el grado de importancia mas otorgado a los diferentes aspectos corporativos con porcentajes que oscilan entre el 19% al 57% teniendo así un promedio del 44%.

Sub-variable BI-2. Acciones realizadas por las empresas para fortalecer la ética empresarial

Las medianas empresas tabasqueñas que contempla la muestra de estudio, realizan una o más de diversas acciones tendientes a fortalecer la ética empresarial, tal y como se muestra en la tabla 4.11 y en la fig. 4.4.

		Frecuencia	Porcentaje del total de empresas encuestadas
v	Se realizan informes o auditorias periódicas sobre aspectos	3	6%
á	Se valora el comportamiento ético del personal	48	89%
l	Existe una oficina especial	2	4%
i	Se siguen procedimientos formalizados, Para gestionar	6	11%
d	Existen programas de formación ética	9	17%
o	Se apoyan programas de investigación en ética empresarial	0	0%
s	Total de empresas encuestadas 54		

Tabla No. 4.11 Acciones realizadas por las empresas para fortalecer la ética empresarial
Fuente: Diseño del autor

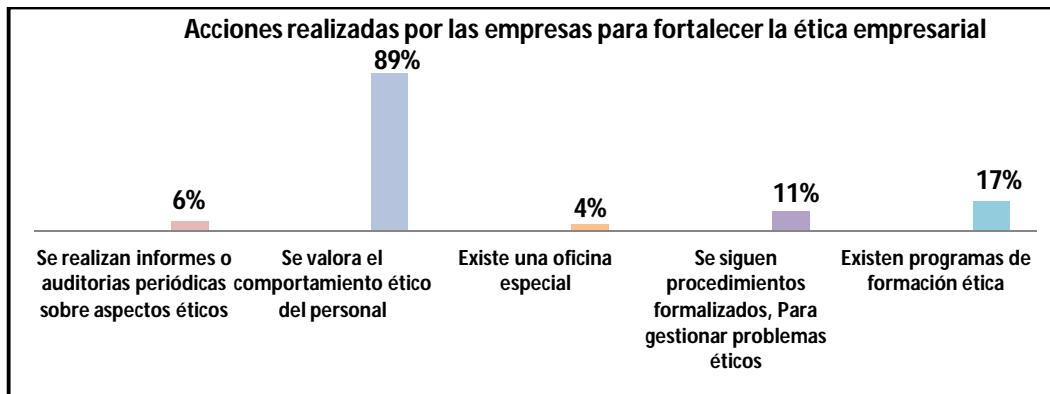


Fig. No. 4.4 Acciones realizadas por las empresas para fortalecer la ética empresarial
Fuente: Elaboración propia

Como puede observarse el seguimiento formal de la ética empresarial es bajo, ya que el que mayormente predomina es la valoración del comportamiento ético del personal, pero en la mayoría de los casos esas acciones no llevan ningún registro.

Sub-variable BI-3. Responsable de los asuntos éticos en la empresa

La responsabilidad de atender los asuntos éticos en las medianas empresas recae en ocasiones en más de una persona, esto es debido a que cuando se presenta una situación la atiende en primera instancia el jefe del departamento en donde se presenta, y de ser necesario va pasando a instancias superiores, en la tabla 4.12 y la Fig. 4.5 se muestran las instancias que intervienen.

		Frecuencia	Porcentaje del total de empresas encuestadas
validos	Socios y/o propietarios	33	61%
	Director General	32	59%
	Dirección de Recursos Humanos	27	50%
	Directivos intermedios	11	20%
	Departamento jurídico	1	2%
	Comité de ética	3	6%
	Nadie en particular	11	20%
	Total de empresas encuestadas	54	

Tabla No. 4.12 Responsable de los asuntos éticos
Fuente: Elaboración propia

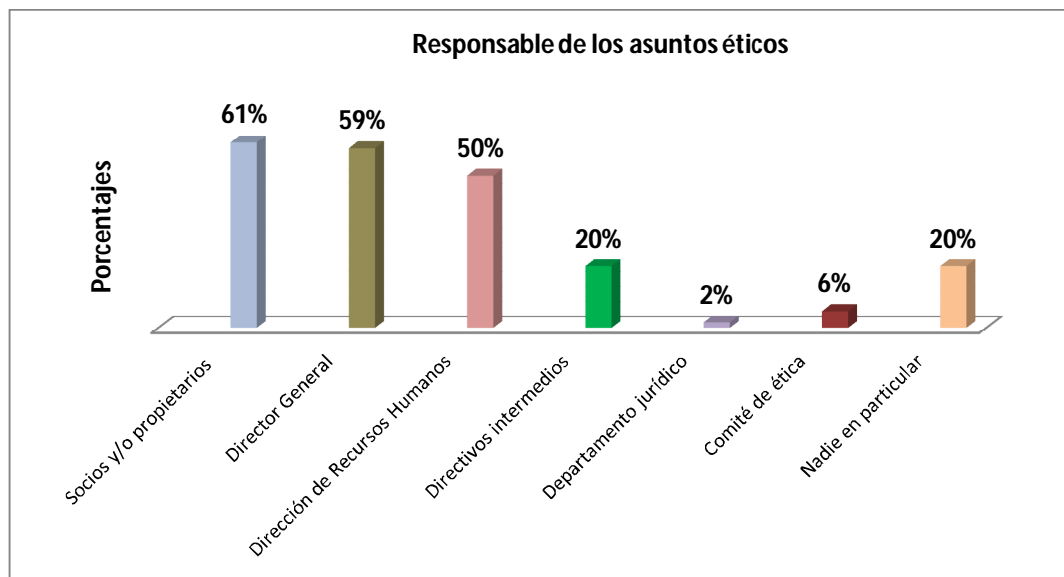


Fig. No. 4.5 Responsable de los asuntos éticos
Fuente: Elaboración propia

Como puede apreciarse quienes más intervienen como responsables de atender los asuntos éticos son los socios o propietarios y el director general, en caso particular que se presenta en las PYMES de Tabasco es que uno de los socios fundadores ejerce generalmente como director general, de ahí la similitud en éstos niveles.

4.2.2 Variable B2. Documentos éticos

Al igual que la variable anterior, está también se subdividió para su análisis en cinco aspectos: empresas que han implementado documentos éticos, razones por las que se carece de ellos, tipo de documentos éticos implementados, responsables de su elaboración y medios que se utilizan para difundirlos.

Sub-variable B2-1. Empresas que han implementado documentos éticos

Un aspecto clave de la importancia que le conceden a la ética los empresarios, es su preocupación por contar con documentos éticos, la tabla 4.13 y la Fig. 4.6 muestran éstos aspectos.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Cuentan con documentos	36	67%	67%
	No cuentan con documentos	18	33%	100%
	TOTAL	54	100%	

Tabla No. 4.13 Empresas que cuenta con documentos éticos

Fuente: Diseño del autor

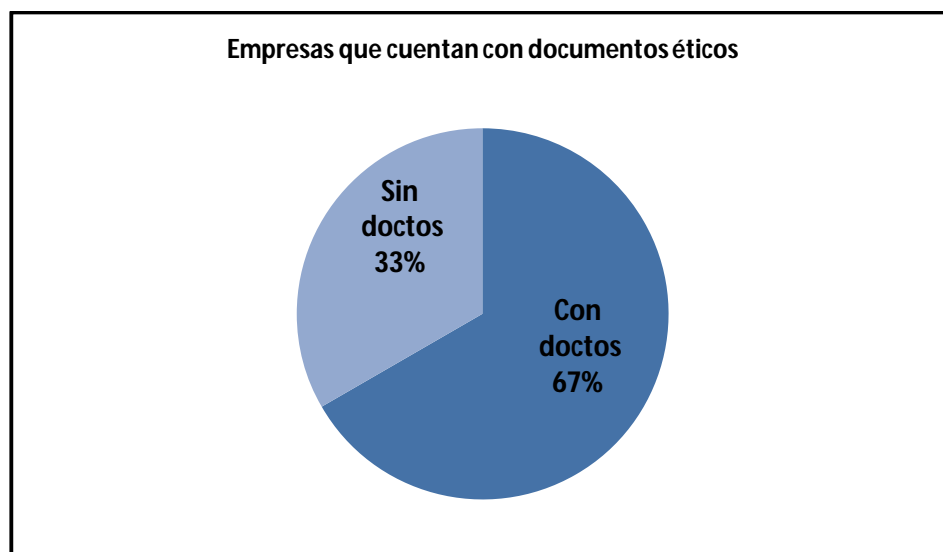


Fig. No. 4.6 Empresas que cuentan con documentos éticos
Fuente: Elaboración propia

Como puede apreciarse más de la mitad de las empresas de análisis cuenta con algún documento ético, lo cual muestra que existe algún grado de preocupación por estos aspectos.

Sub-variable B2-2. Razones por las que se carece de documentos éticos:

Además de considerar necesario conocer si contaban o no con documentos éticos, para el caso de las empresas que no contaban con ellos, se implementó una pregunta para conocer las razones encontrando los resultados que se muestran en la tabla No. 4.14 y la fig. No. 4.7.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Están en proceso de	10	56	56
	Tratamos de reforzar la ética sin	4	22	78
	No vemos la utilidad de contar	1	6	84
	Consideramos que la ética nada	3	16	100
	Total	18	100	

Tabla No. 4.14 Razones por las que carecen de documentos éticos
Fuente: Diseño del autor

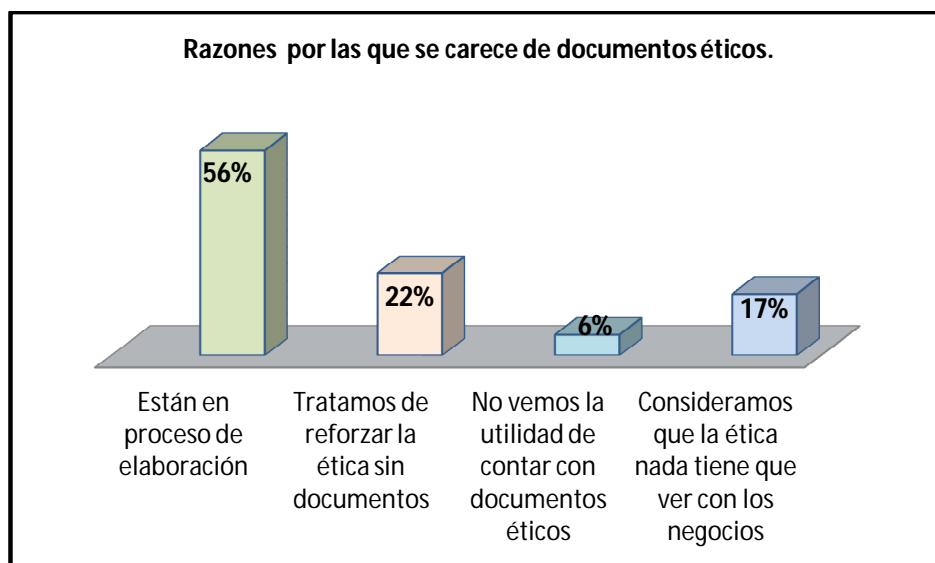


Fig. No. 4.7 Razones por las que carece de documentos éticos
Fuente: Elaboración propia

Como puede apreciarse del total de las empresas de estudio que carecen de documentos éticos, en el 56% su elaboración está en proceso, otra razón que permite verificar que los aspectos éticos guardan importancia para los empresarios tabasqueños; 22% afirma que refuerza la ética sin documentos, lo que indica que no le es totalmente indiferente y solo un 22% no le dan importancia sea porque no le ven utilidad o consideran que nada tiene que ver la ética con los negocios.

Sub-variable B2-3. Tipo de documentos éticos implementados en las empresas

Cuando las empresas implementan o se encuentran en proceso de implementación de un código de ética o cualquier otro documento ético, reflejan interés en que las actividades se realicen en un entorno ético y de responsabilidad social y es el punto de partida hacia una empresa socialmente responsable, sobre todo cuando hay preocupación de que todos al interior de la empresa lo conozcan y lo apliquen.

Algunas de las medianas empresas tabasqueñas tienen implementados más de un documento ético, la tabla 4.15 y la fig. 4.8 muestran cuales son los documentos que se han implementado.

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Código de ética	6	17
	Credo corporativo	25	69
	Misión y visión corporativa	36	100
	Declaración de valores	31	86
	Políticas de calidad	27	75
	Códigos de conducta de proveedores	1	3
	Total de empresas con documentos 36		

Tabla No. 4.15 Tipo de documentos éticos implementados
Fuente: Diseño del autor

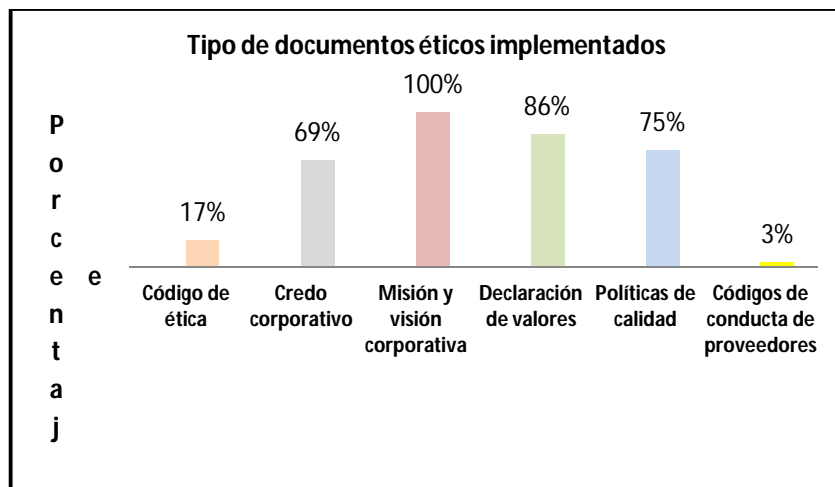


Fig. No. 4.8 Tipo de documentos éticos implementados
Fuente: Elaboración propia

Por lo anterior se puede decir que las medianas empresas tabasqueñas se encuentran preocupadas porque sus actividades se realicen en un entorno ético.

Sub-variable B2-4. Responsables de la elaboración de documentos éticos:

Para la elaboración de los documentos éticos intervienen más de una instancia como se puede apreciar en la tabla 4.16 y la fig. 4.9.

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Propietarios y/o socios	36	100%
	Altos directivos de la empresa	36	100%
	Directivos de niveles intermedios	30	83%
	Amplio proceso participativo de grupos de interés de la empresa	5	14%
	Asesoramiento de expertos independientes	4	11%
	Total de empresas con documentos 36		

Tabla No. 4.16 Responsables de la elaboración de los documentos éticos
Fuente: Diseño del autor

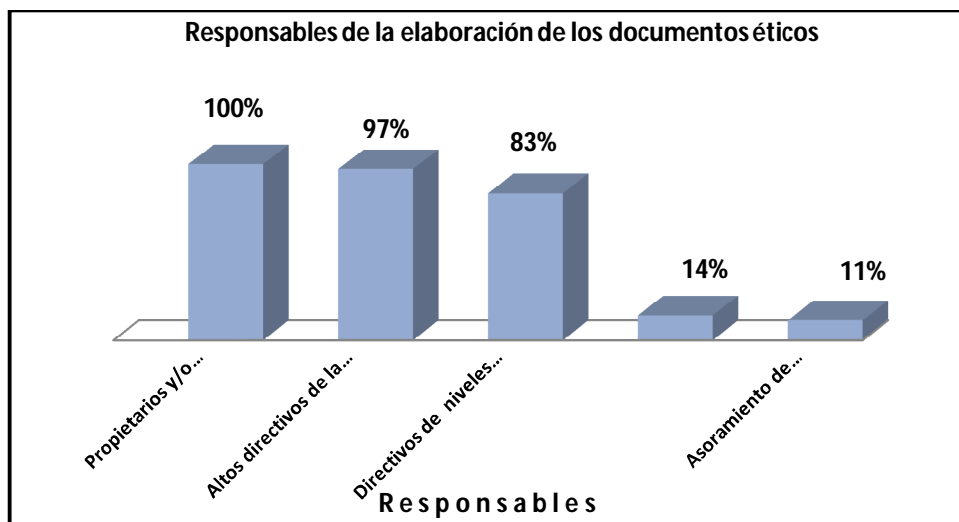


Fig. No. 4.9 Responsables de la elaboración de los documentos éticos
Fuente: Elaboración propia

Como puede apreciarse en la totalidad de las empresas que cuentan con documentos éticos, para su elaboración han intervenido en un 100% tanto los propietarios y/o socios como los altos directivos, lo cual es satisfactorio pues para que emane la responsabilidad social en todos los niveles de la empresa los principales que deben estar convencidos para trasmitirlo a los demás son los altos directivos, cabe hacer mención que una particularidad que se presenta en las medianas empresas tabasqueñas (de corte familiar) es que los altos directivos son generalmente sus socios y/o propietarios. Igualmente se observa la participación de un poco más de las tres terceras partes de los directivos de puestos intermedios.

Sub-variable B2-5. Medios utilizados para difundir los documentos éticos.

Todas las empresas que cuentan con documentos éticos utilizan más de una alternativa para difundirlos como lo muestran la tabla 4.17 y la fig. 4.10

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Presentación oral	6	17%
	Reuniones de trabajo periódicas	6	17%
	Carteles folletos manuales	36	100%
	Publicación en la Web	12	33%
	Se les dan a conocer a los trabajadores cuando ingresan a la empresa	36	100%
	Total de empresas con documentos 36		

Tabla No. 4.17 Medios de difusión de documentos éticos

Fuente: Diseño del autor

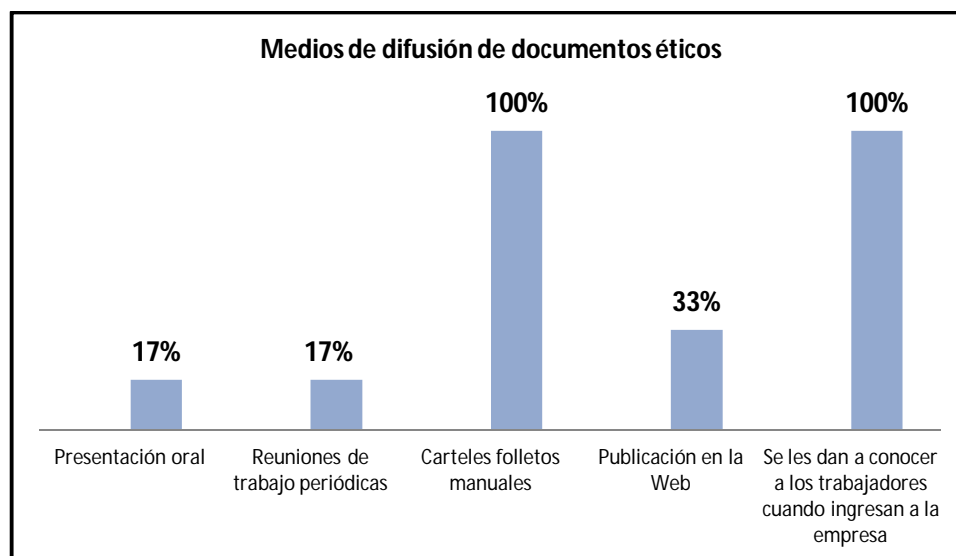


Fig. No. 4.10 Medios de difusión de documentos éticos
Fuente: Elaboración propia

Un punto a favor de la difusión de los documentos éticos es que en el 100% de las empresas se les da a conocer al personal desde el momento de que ingresan, e igualmente en el 100% los difunden a través de carteles, folletos y manuales los cuales permiten tener acceso a todo el personal que labora en la empresa. No todas las empresas que cuentan con documentos éticos tienen página web, además de que no todas las que tienen página web, los difunden por ese medio, lo cual representa una razón de que esta modalidad de difusión sea poco explotada.

4.3 Referente al Campo C. Responsabilidad Social Empresarial

4.3.1 Variable C1. Actores

Esta variable también se dividió para su análisis en tres aspectos: grado de importancia de la responsabilidad social que conceden las empresas para con sus interlocutores, niveles jerárquicos de los actores que determinan las acciones de RSE y Actores que las aplican.

Sub-variable C1-1: Grado de importancia de la responsabilidad social que conceden las empresas para con sus interlocutores.

Para conocer el grado de importancia que otorgan los empresarios de las medianas empresas tabasqueñas a las acciones de responsabilidad social para con sus diferentes interlocutores tales como: trabajadores, propietarios y/o accionistas, clientes, proveedores, medio ambiente y comunidad, se les solicitó que indicaran que tan importante era ser socialmente responsables para con ellos partiendo de nada importante hasta muy importante, los resultados se pueden apreciar en las tablas 4.18 a 4.24 y en la fig. 4.11

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Nada importante	0	0%	0%
	Poco importante	0	0%	0%
	Medianamente importante	8	15%	15%
	Importante	36	67%	81%
	Muy importante	10	19%	100%
	Total	54	100%	

Tabla No. 4.18 Grado de importancia de la RSE para con los trabajadores
Fuente: Diseño del autor

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Nada importante	0	0%	0%
	Poco importante	0	0%	0%
	Medianamente importante	8	15%	15%
	Importante	24	44%	59%
	Muy importante	22	41%	100%
	Total	54	100%	

Tabla No. 4.19 Grado de importancia de la RSE para con propietarios y/o accionistas
Fuente: Diseño del autor

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Nada importante	0	0%	0%
	Poco importante	9	17%	17%
	Medianamente importante	8	15%	31%
	Importante	19	35%	67%
	Muy importante	18	33%	100%
Total		54	100%	

Tabla No. 4.20 Importancia de la RSE para con los clientes
Fuente: Diseño del autor

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Nada importante	3	6%	6%
	Poco importante	6	11%	17%
	Medianamente importante	17	31%	48%
	Importante	18	33%	81%
	Muy importante	10	19%	100%
Total		54	100%	

Tabla No. 4.21 Importancia de la RSE para con los proveedores
Fuente: Diseño del autor

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Nada importante	0	0%	0%
	Poco importante	6	11%	11%
	Medianamente importante	11	20%	31%
	Importante	27	50%	81%
	Muy importante	10	19%	100%
Total		54	100%	

Tabla No. 4.22 Importancia de la RSE para con el medio ambiente
Fuente: Diseño del autor

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Nada importante	9	17%	17%
	Poco importante	0	0%	17%
	Medianamente importante	8	15%	31%
	Importante	27	50%	81%
	Muy importante	10	19%	100%
Total		54	100%	

Tabla No. 4.23 Importancia de la RSE para con la comunidad
Fuente: Diseño del autor

GRADO DE IMPORTANCIA	A	B	C	D	E	F
Nada importante	0%	0%	0%	6%	0%	17%
Poco importante	0%	0%	17%	11%	11%	0%
Medianamente importante	15%	15%	15%	31%	20%	15%
Importante	67%	44%	35%	33%	50%	50%
Muy importante	19%	41%	33%	19%	19%	19%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla No. 4.24 Resumen del grado de importancia que conceden a la RSE para con sus interlocutores
Fuente: Diseño del autor

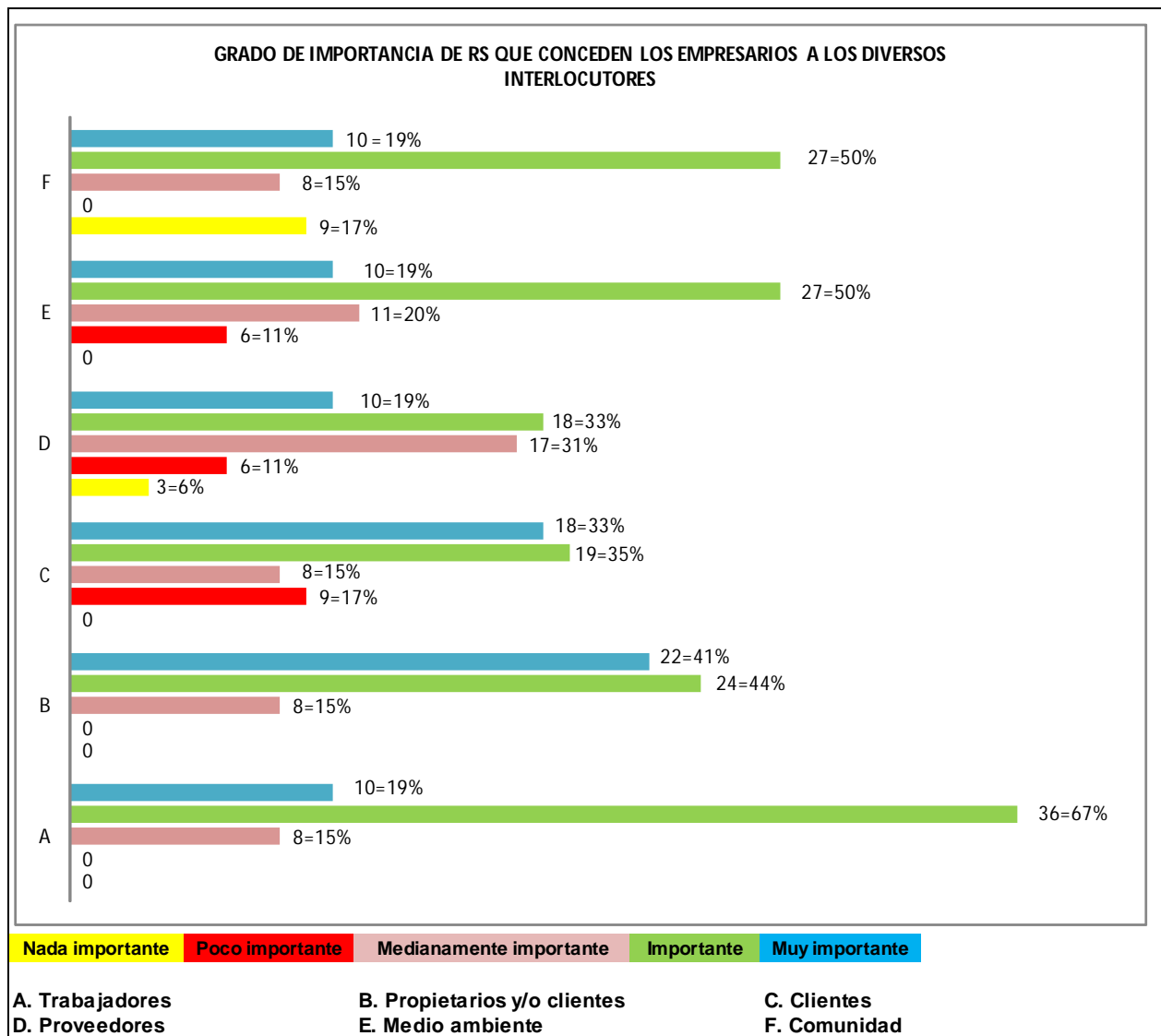


Fig. No. 4.11 Grado de importancia que conceden los empresarios a la RSE para con sus interlocutores
Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar, si bien es cierto que la mayoría de los empresarios le otorga algún grado de importancia a la responsabilidad social que deben tener para con sus interlocutores, hay un pequeño grupo (6%) que consideran que la responsabilidad con los proveedores es nada importante y otro 11% que le dan poca importancia. La Responsabilidad social para con la

comunidad tampoco es considerada por todos los gerentes con algún grado de importancia ya que un 17% opina que es nada importante. Otro interlocutor al que le conceden poca importancia es al medio ambiente, esto es considerado así por el 11% de los empresarios. A los demás interlocutores los consideran de mediana importancia hasta muy importantes. Los interlocutores que fueron considerados por el mayor número de empresarios como importantes, medianamente importantes y muy importantes fueron los trabajadores y los propietarios y accionistas.

Sub-variable C1-2: Niveles jerárquicos de los actores que determinan las acciones de RSE

La intervención de los niveles jerárquicos para determinar las acciones de responsabilidad social que se implementan en las empresas se aprecia en la tabla 4.25 y en la fig. 4.12.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Propietarios	44	81%	81%
	Directivos	7	13%	94%
	Comité de Funcionarios y empleados	3	6%	100%
Total		54	100%	

Tabla No. 4.25 Niveles jerárquicos que intervienen para determinar acciones de RSE
Fuente: Diseño del autor

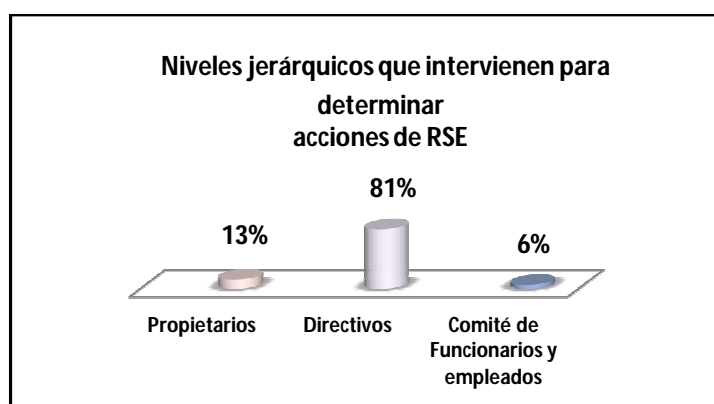


Fig. No. 4.12 Niveles jerárquicos que intervienen para determinar acciones de RSE
Fuente: Elaboración propia

Se puede apreciar que la mayoría de las empresas las acciones las determinan los directivos, lo cual es positivo pues indica el compromiso de responsabilidad social que tiene realmente la empresa.

Sub-variable C1-3: Actores que aplican las acciones de RSE

Al establecer la política empresarial de responsabilidad social, algunas empresas actúan solas, para dejar mejor establecido que se trata de una acción de la empresa y ganar más rápidamente los beneficios en imagen y reputación, o bien porque no han establecido nexos con terceros especializados en éste ámbito, la falta de experiencia en estos casos puede impedir una actuación eficaz. Otras empresas buscan alianzas o vinculación con otras entidades que les permitan potenciar más aún su idea, proyecto o estrategia, o bien las propias empresas crean Fundaciones, que vendrían a ser algo así como los órganos especializados de la empresa para actuar en el entorno externo de la misma. En la tabla 4.26 y la fig. 4.13 se visualiza quienes intervienen en la aplicación de las acciones de responsabilidad social.

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Empresa	45	83%
	Fundación de la empresa	4	7%
	La empresa y 3os especializados	5	9%
Total		54	100%

Tabla No. 4.26 Actores que aplican las acciones de RSE
Fuente: Diseño del autor

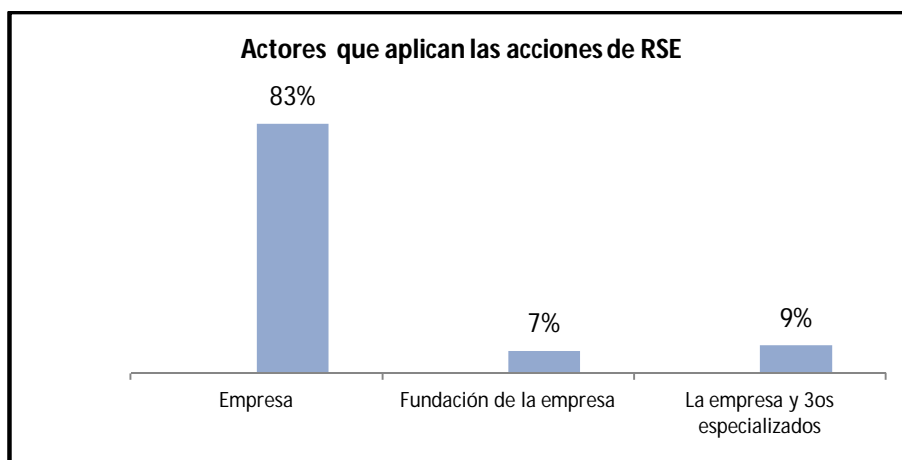


Fig. No. 4.13 Actores que aplican las acciones de RSE
Fuente: Elaboración propia

Como puede apreciarse son muy pocas las empresas que cuentan con una fundación para efectos de responsabilidad social o que solicitan apoyo de terceros especializados, en suma solo 16%, este porcentaje representa a las empresas que potencian los beneficios tanto para la comunidad como para la empresa.

4.3.2 Variable C2. Beneficiarios

Al igual que otras variables, ésta también se sub-dividió en cuatro aspectos para su análisis: proporción de empresas que realizan acciones de RSE y tipo de acciones que realizan; beneficiados de las acciones de RSE relacionadas con la salud; beneficiados de las acciones de RSE relacionadas con la educación y tipo de acciones que se realizan; beneficiados de las acciones de RSE relacionadas con el arte y la cultura y tipo de acciones que se realizan.

Sub-variable C2-1: Proporción de empresas que realizan acciones de RSE y tipo de acciones

La tabla 4.27 y la fig. 4.14 muestran la proporción de empresas que realizan o no, las diferentes acciones de RSE enfocadas a diversos ámbitos como son: salud, educación, arte-cultura y cuidado del medio ambiente.

		Acciones enfocadas a la salud		Acciones enfocadas a la educación		Acciones enfocadas a arte-cultura		Acciones enfocadas al cuidado del medio ambiente	
Realiza acciones		No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Válidos	Si	56	100	50	89	14	25	13	23
	No	0	0	6	11	42	75	43	77
Total		56	100	56	100	56	100	56	100

Tabla No. 4.27 Acciones de RSE que realizan las empresas
Fuente: Diseño del autor

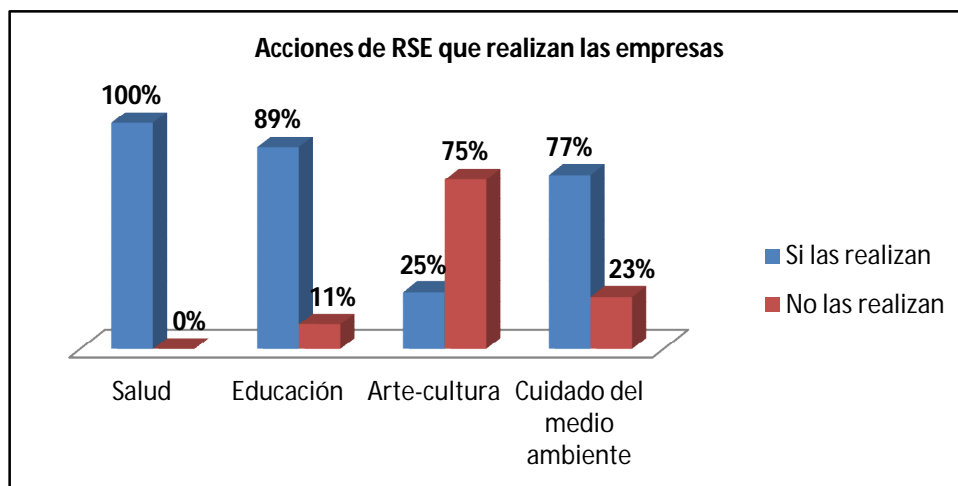


Fig. No. 4.14 Acciones de RSE que realizan las empresas
Fuente: Elaboración propia

Sub-variable C2-2: Beneficiados de las acciones de RSE relacionadas con la salud

El 100% de las empresas de estudio realizan acciones de responsabilidad social en el ámbito de la salud, y estas benefician a sus trabajadores y familia en un 100%, además un 37% de las empresas realiza acciones de salud que benefician directamente a la comunidad. [Tabla 4.28 y la fig. 4.15].

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Tos trabajadores y sus familias	54	100%
	La comunidad	20	37%
Total de empresas que realizan acciones relacionadas con la salud		54	

Tabla No. 4.28 Beneficiados con las acciones de RSE enfocadas a la salud
Fuente: Diseño del autor

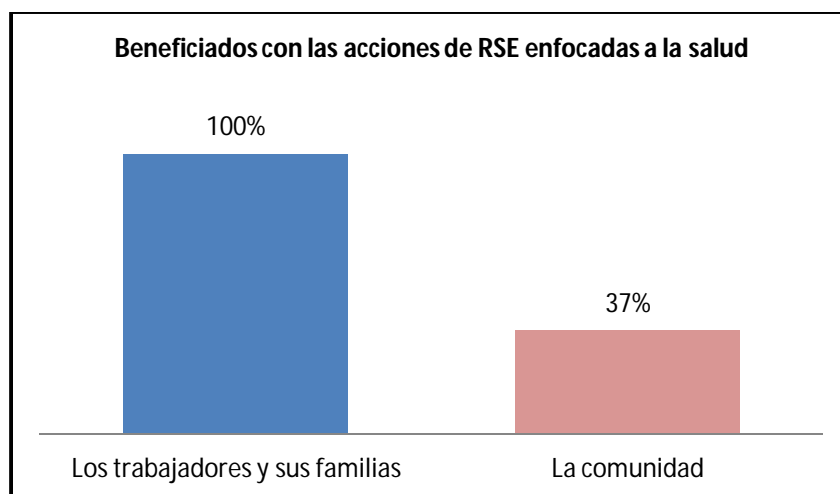


Fig. No. 4.15 Beneficiados con las acciones de RSE enfocadas a la salud
Fuente: Elaboración propia

Como puede apreciarse las empresas tabasqueñas aun no han incursionado mucho apoyando a la sociedad en materia de salud de manera directa, aún cuando indirectamente si la benefician, ya que los apoyos en salud que reciben sus empleados benefician indirectamente a la comunidad. Una situación que se presenta en las empresas de México es que no se registra al 100% de los trabajadores en los servicios de salud [Instituto Mexicano del Seguro Social] algo que desde luego va en contra de la legislación existente que lo marca como obligatorio, por lo que se puede decir que es satisfactorio que en las medianas empresas de estudio mostró que el 100% de las empresas benefician con acciones de salud tanto a sus trabajadores como a sus familias.

Sub-variable C2-3: Beneficiados de las acciones de RSE relacionadas con la educación y tipo de acciones que se realizan.

Del total de las empresas de estudio 50 unidades que representan el 89% realizan más de una acción en materia de educación, como puede apreciarse en la tabla 4.29 y la fig. 4.16

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Proporcionando cursos de capacitación a los trabajadores.	38	76%
	Proporcionando cursos de superación personal y autoestima a los trabajadores.	14	28%
	Proporciona tiempo o apoyo económico para que sus trabajadores, realicen estudios.	22	44%
	Apoya económicamente en estudios realizados por familiares de sus trabajadores.	6	12%
	Apoya económicamente en acciones de educación que benefician a la comunidad.	15	30%
Total de empresas que realizan acciones relacionadas con la educación		50	

Tabla No. 4.29 Acciones de RSE relacionadas con la educación
Fuente: Diseño del autor

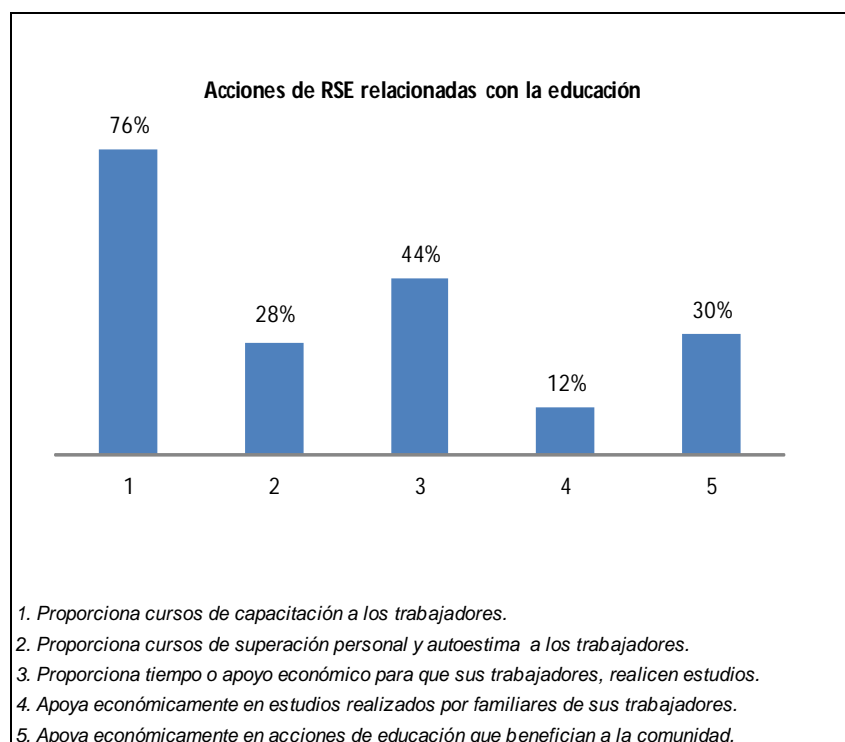


Fig. No. 4.16 Acciones de RSE relacionadas con la educación

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar es satisfactorio que las empresas no permanecen ajenas en acciones de responsabilidad que benefician a tanto a sus trabajadores como a sus familias, aún cuando en estas últimas la participación de apoyo solo representa el 12%. En cuanto a apoyos en materia de educación que benefician directamente a la comunidad aun es reducida la participación de las empresas solo un 30% realiza este tipo de acciones, las cuales son relevantes pues es dentro de esa sociedad es en donde se encuentran sus trabajadores potenciales, que pueden ser contratados en un futuro.

Sub-variable C2-4: Beneficiados de las acciones de RSE relacionadas con el arte y la cultura y tipo de acciones que se realizan.

Solo una parte muy pequeña de la totalidad de las empresas de estudio (12) que representan un 21% realizan acciones de responsabilidad social en el ámbito del arte y la cultura (tabla 4.30 y fig. 4.17).

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Financiando actividades que se organizan al interior de la empresa.	2	17%	17%
	Apoyando económicamente actividades que organiza la comunidad, instituciones educativas o instituciones culturales gubernamentales.	9	75%	92%
	Con ambas.	1	8%	100%
Total de empresas que realizan acciones relacionadas con el arte y la cultura 12				

Tabla No. 4.30 Acciones de RSE relacionadas con el arte y la cultura

Fuente: Diseño del autor

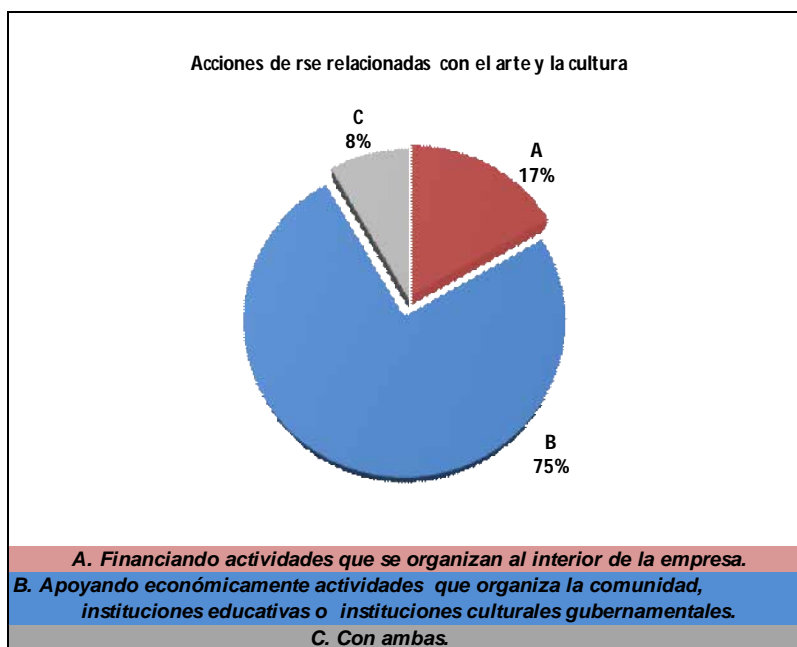


Fig. No. 4.17 Acciones de RSE relacionadas con el arte y la cultura

Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia es insipiente la participación de las empresas en el ámbito del arte y la cultura, y cuando apoyan estas actividades lo hacen mayormente al exterior de la empresa.

4.3.3 Variable C3. Medio ambiente.

El análisis de ésta variable se subdivido en cuatro aspectos: proporción de empresas que generan desechos peligrosos como consecuencia de las actividades productivas, tratamiento que se da a los desechos peligrosos, tratamiento que se da a los desechos no peligrosos, otras actividades que realizan las empresas que generan desechos peligrosos como protección del medio ambiente.

Sub-variable C3-1. Generación de desechos peligrosos como consecuencia de las actividades productivas.

De la totalidad de las empresas estudiadas solo un 6% (3 empresas) genera algún tipo de desecho peligroso (tabla 4.31 y fig. 4.18)

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	3	6%	6%
	No	51	94%	100%
	Total	54	100%	

Tabla No. 4.31 Generación de desechos peligrosos como consecuencia de las actividades productivas
Fuente: Diseño del autor

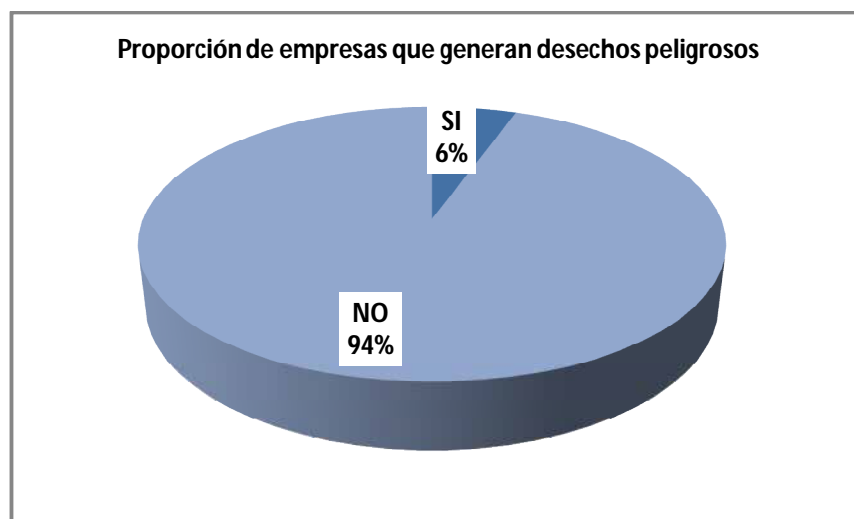


Fig. No. 4.18 Generación de desechos peligrosos como consecuencia de las actividades productivas
Fuente: Elaboración propia

Sub-variable C3-2. Tratamiento que se da a los desechos peligrosos.

Como se puede apreciar ninguna de las empresas que generan desechos peligrosos los tiran a la basura, lo cual reflejaría sin duda una acción responsable, 38% los depositan en rellenos y 63% los canalizan a empresas especializadas para que les den tratamiento. [Tabla 4.32 y fig. 4.19], como una medida de protección al ambiente sería asegurarse que los desechos depositados en rellenos no dañen la corteza terrestre, sin embargo no es finalidad del presente estudio.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Se depositan en rellenos	1	33%	33%
	Se canalizan a empresas especializadas que les dan tratamiento especial.	2	67%	100%
Empresas que generan desechos peligrosos		3		

Tabla No. 4.32 Tratamiento que se da a desechos peligrosos.
Fuente: Diseño del autor

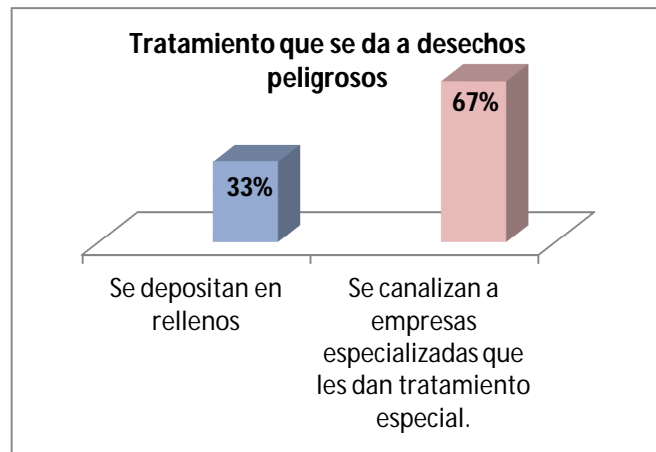


Fig. No. 4.19 Tratamiento que se da a desechos peligrosos
Fuente: Elaboración propia

Tratamiento que se da a los desechos no peligrosos.

Los tratamientos que le dan las empresas a los desechos no peligrosos se muestran en la tabla 4.33 y fig. 4.20.

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Se canalizan a la basura	45	88%	88%
Los reciclables se separan y canalizan a empresas especializadas	6	12%	100%
Empresas que no generan desechos peligrosos	51		

Tabla No. 4.33 Tratamiento que se da a desechos no peligrosos
Fuente: Diseño del autor

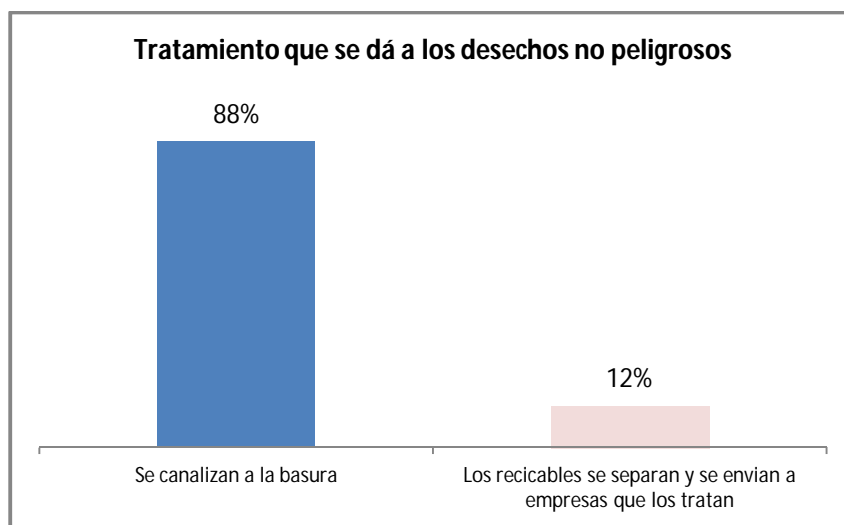


Fig. No. 4.20 Tratamiento que se da a desechos no peligrosos
Fuente: Elaboración propia

Como puede apreciarse es urgente que se implemente en las empresas una cultura de clasificación de desechos ya que son muy pocas las empresas que los clasifican, la gran mayoría 88% los bota directamente a la basura, lo cual está representando en Tabasco una contaminación alarmante que daña no solo el entorno tabasqueño sino al nacional y mundial.

Otras actividades que realizan las empresas que generan desechos peligrosos como protección del medio ambiente

En la tabla 4.34 y fig. 4.21 se muestran algunas otras actividades que realizan las medianas empresas tabasqueñas en relación a la protección del medio ambiente.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Se implementan procesos productivos tendientes a reducir el impacto negativo del medio ambiente.	1	2%	2%
	Se procura la utilización de insumos ecológicos.	2	4%	6%
	Se realizan campañas en pro de la protección del medio ambiente.	2	4%	9%
	Se apoya a campañas de protección al medio que organizan ONG's o instituciones gubernamentales.	4	7%	17%
	Ninguna en especial			
		45	83%	100%
Total de empresas encuestadas		54		

Tabla No. 4.34 Otras actividades que realizan las empresas que generan desechos peligrosos como protección del medio ambiente
Fuente: Diseño del autor

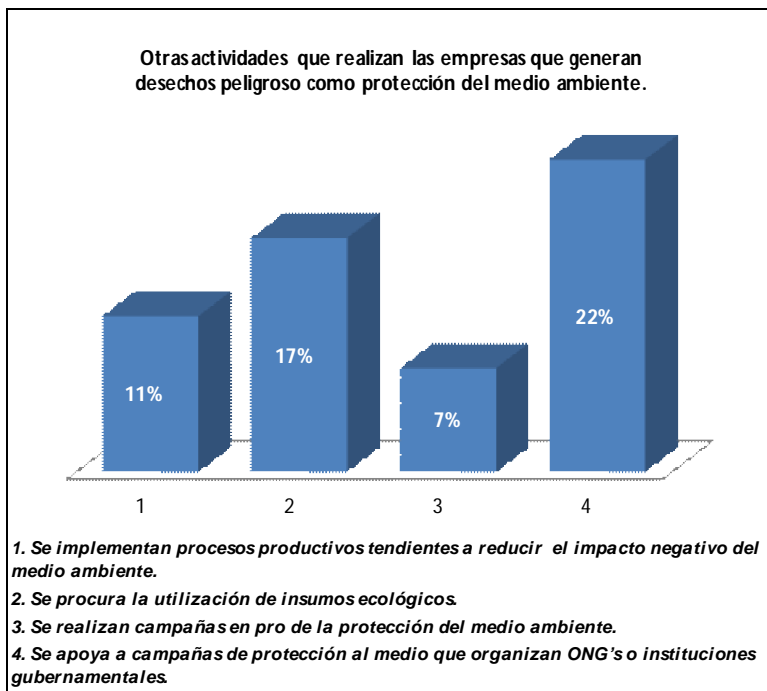


Fig. No. 4.21 Otras actividades que realizan las empresas que generan desechos peligrosos, como protección del medio ambiente
Fuente: Elaboración propia

Como puede apreciarse las medianas empresas de Tabasco ya comienzan a implementar actividades tendientes a proteger el medio ambiente.

4.3.4 Variable C4. Proyección de la empresa.

Con la finalidad de detectar si las actividades que realiza la empresa las enfoca como parte de su estrategia empresarial, esta variable se subdividió en dos aspectos para su análisis: ¿Qué pretende alcanzar la empresa realiza acciones de RSE, y qué tipo de recursos utiliza para ello.

Sub-variable C4-1. Propósitos de la empresa al implementar acciones de RSE.

En la tabla 4.35 y fig. 4.22, se muestran cuales son los propósitos que busca una empresa cuando implementa acciones de responsabilidad social.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Generar orgullo y alto sentido de identidad en trabajadores y directivos de la empresa.	20	37%	37%
	Obtener mayor prestigio para su empresa ante la comunidad.	20	37%	74%
	Ambas	14	26%	100%
Total		54	100%	

Tabla No. 4.35 Propósitos de la empresa al realizar acciones de RSE
Fuente: Diseño del autor

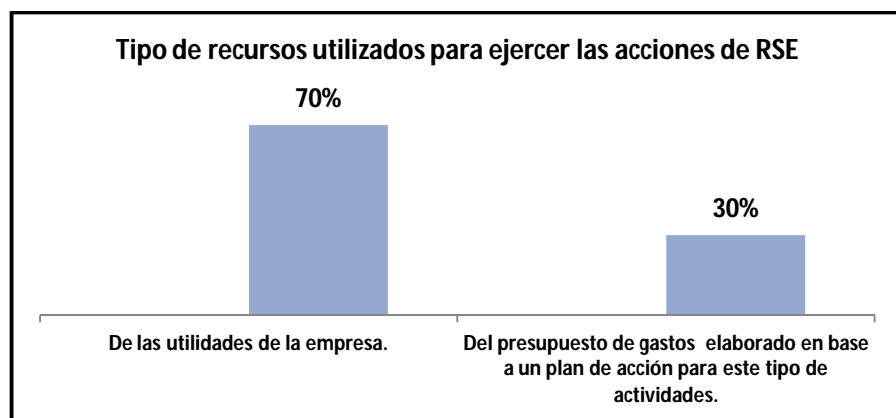


Fig. No. 4.22 Propósitos de la empresa al realizar acciones de RSE
Fuente: Elaboración propia

Como puede apreciarse solo un 19% de la totalidad de las empresas de estudio busca que sus acciones de RSE tengan impacto al interior y al exterior de la empresa, no obstante que si una empresa genera orgullo y alto sentido de identidad a su personal, esto finalmente se deberá ver reflejado hacia el exterior, de la empresa.

Sub-variable C4-2. Tipo de recursos utilizados para implementar la RSE.

Los recursos con que cuenta la empresa para actuar socialmente pueden provenir de las utilidades o del presupuesto de gastos, e incluso del tiempo invertido por profesionales y equipos. Según la forma en que la empresa destina recursos para apoyar acciones de responsabilidad social puede ser activa o pasiva. Algunas empresas autorizan al Gerente a responder de solicitudes de la comunidad dentro de un monto asignado, tienen por lo tanto una actitud pasiva ya que responden a las solicitudes que les hacen, es decir reaccionan a la demanda. Otras empresas tienen una perspectiva más activa, identifican claramente cuál es el objetivo de la empresa en por lo menos uno de los siguientes ámbitos: sus trabajadores, el medio ambiente o su comunidad, elaboran un plan y determinan políticas para su concreción, posteriormente diseñan un presupuesto para la asignación de recursos, el cual acompaña al plan, estas empresas adoptan una conducta estratégica socialmente responsable.

Se distingue así, una empresa con inquietud social de una empresa socialmente responsable. Las primeras no encajan dentro del concepto de responsabilidad social [parcial o total], aunque puede aceptarlo más fácilmente en el futuro.

Las actividades de responsabilidad social que realizan las medianas empresas se financian en un 30% de las utilidades de la empresas y en un 70% se planean en base a la elaboración de un presupuesto que involucra un plan de acción, ver tabla 4.36 y fig. 4.23.

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	De las utilidades de la empresa.	38	70%	70%
	Del presupuesto de gastos elaborado en base a un plan de acción para este tipo de actividades.	16	30%	100%
Total		54	100%	

Tabla No. 4.36 Tipo de recursos utilizados para ejercer las acciones de RSE
Fuente: Diseño del autor

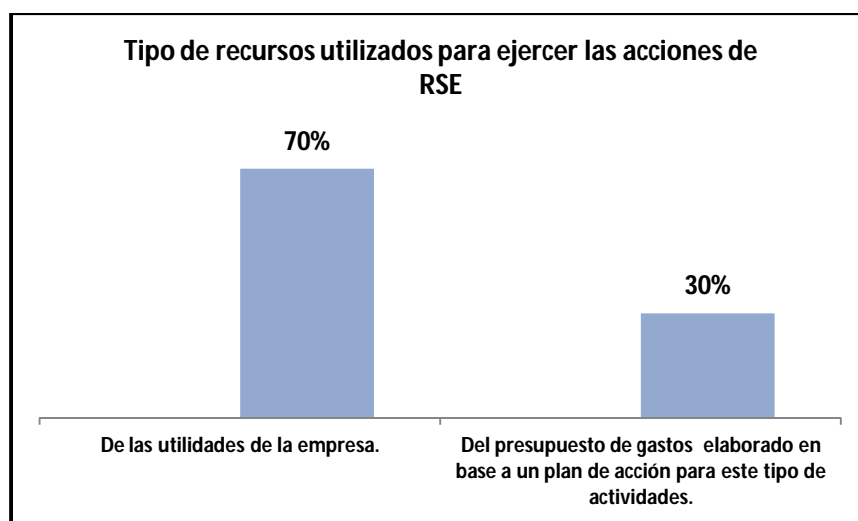


Fig. No. 4.23 Tipo de recursos utilizados para ejercer las acciones de RSE
Fuente: Elaboración propia

Dado lo anterior se puede apreciar que gran parte de las medianas empresas tabasqueñas 70% pueden ser catalogadas como empresas con inquietud social y solo un 30% entran dentro de un esquema de empresas socialmente responsables pues comienzan a realizar acciones tendientes a incorporar la responsabilidad social como parte de su estrategia de negocios.

Capítulo V

Conclusiones, recomendaciones y trabajos futuros

Del estudio realizado se concluye que si bien no el 100% de las medianas empresas tabasqueñas consideran a la ética como trascendental, una gran proporción de ellos están conscientes de su importancia, al menos así lo expresan, y prueba de ello es que la mayoría de los empresarios conceden algún grado de importancia a la ética aplicada a los diferentes aspectos corporativos. En general se puede decir que consideran a la ética como “muy importante”, ya que en promedio fue el grado de importancia mayormente concedido al total de dichos aspectos corporativos, con porcentajes que oscilan entre el 19% al 57% teniendo así un promedio del 44%.

El seguimiento formal de la ética empresarial es bajo, ya que el que mayormente predomina es la valoración del comportamiento ético del personal, pero en la mayoría de los casos, no se llevan ningún registro de esas acciones.

Quienes más intervienen como responsables para atender los asuntos éticos son los socios o propietarios y el director general, en caso particular que se presenta en las PyMES de Tabasco es que uno de los socios fundadores ejerce generalmente como director general, de ahí la similitud en éstos niveles.

Más de la mitad (67%) de las empresas de análisis cuenta con algún documento ético, lo cual muestra que existe algún grado de preocupación por estos aspectos, y se procura por distintos medios darlos a conocer al interior de la empresa,

Del total de las empresas de estudio que carecen de documentos éticos, en el 56% su elaboración está en proceso, 22% de los empresarios afirmaron que refuerzan la ética sin documentos, lo que indica que no le es totalmente indiferente y solo un 22% no le dan importancia sea porque no le ven utilidad o bien porque consideran que la ética nada tiene que con los negocios.

En la totalidad de las empresas que cuentan con documentos éticos, para su elaboración han intervenido en un 100% tanto los propietarios y/o socios como los altos directivos, lo cual es

satisfactorio pues para que emane la responsabilidad social en todos los niveles de la empresa los principales que deben estar convencidos para transmitirlo a los demás son los altos directivos, cabe hacer mención que una particularidad que se presenta en las medianas empresas tabasqueñas (de corte familiar) es que los altos directivos son generalmente sus socios y/o propietarios. Igualmente se observa la participación de un poco más de las tres terceras partes de los directivos de puestos intermedios.

La preocupación por la difusión de los documentos éticos evidencia nuevamente que las empresas de estudio muestran interés por estos aspectos ya que un 100% de ellas, éstos documentos se dan a conocer al personal desde el momento en que ingresan a formar parte de la empresa, 100% los difunden a través de carteles, folletos y manuales, y en otros porcentajes menores los difunden por otros medios.

La mayoría de los empresarios le otorga algún grado de importancia a la responsabilidad social que deben tener para con sus interlocutores, hay un pequeño grupo (6%) que consideran que la responsabilidad con los proveedores es nada importante, un 11% le dan poca importancia. A la Responsabilidad social para con la comunidad, le conceden bajos grados de importancia, y hay un 17% de los empresarios que la consideran nada importante.

Otro interlocutor al que le conceden poca importancia es el medio ambiente, esto es considerado así por el 11% de los empresarios. A los demás interlocutores los consideran de mediana importancia hasta muy importantes.

En Tabasco se cuenta con actores y prácticas significativas de ética y responsabilidad social empresarial, muestra de ello fue la actitud de solidaridad y apoyo que demostraron tener las diferentes empresas de la entidad en las inundaciones ocurridas en octubre de 2007, sin embargo los esfuerzos aun son insuficientes falta mucho por hacer, desde diferentes lugares, posiciones y visiones para el fomento de una cultura ética y de responsabilidad empresarial, para lograrlo es

imprescindible que cada actor se ubique de acuerdo a su naturaleza en el nicho que le corresponde y reconozca que los esfuerzos que los otros actores hacen son complementarios.

Algunas recomendaciones que se sugieren para promover la RSE en Tabasco son las siguientes:

- Que las autoridades conciban a la Ética y a la RSE como un aspecto estratégico en la agenda nacional.
- Que el gobierno Estatal en colaboración con la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT], Alma Mater del Estado y otras universidades, organismos federales y no gubernamentales promuevan la Ética y la RSE difundiendo entre los empresarios las ventajas de su adopción tanto para la sociedad como para la permanencia de la empresa en el mercado.
- Que el Gobierno del Federal en colaboración con el Gobierno Estatal y la CEMEFI proporcionen una mayor promoción al distintivo que esta ofrece a las empresas socialmente responsables, minimizando o eliminando el costo que tienen que pagar las empresas para participar del mismo.
- Que las Universidades de Tabasco en trabajo colaborativo con las principales empresas gestionen proyectos financiados ante el Banco Interamericano de Desarrollo, lo cual permitirá establecer programas Éticos y de RSC que contribuyan la adhesión de mayor número de empresas con base socialmente responsable, que les permitan alcanzar su permanencia en el mercado y el reconocimiento de la sociedad, por ser empresas que realizan su gestión cuidando el medio ambiente, beneficiando a la sociedad, y respetando a los demás interlocutores de éstas.
- Realizar los trámites para que el portal tabasqueño de RSE que involucra el proyecto institucional al que se hace referencia más adelante sea enlazado a la página de la UJAT y/o del Gobierno del estado de Tabasco.
- Que la UJAT establezca vínculos con las diferentes cámaras empresariales para brindar capacitación a los encargados y empleados de las empresas, en diferentes ámbitos incluyendo la formación en RSE.

Como parte de los trabajos futuros que permitan darle continuidad a esta investigación, es importante destacar el proyecto de investigación Institucional que se desarrolla en la División Académica de Informática y Sistemas (DAIS) de la UJAT, del cual es responsable la investigadora que presenta éste trabajo doctoral. El mencionado proyecto institucional mismo lleva por nombre ***"Diagnostico de la responsabilidad social empresarial en las PyMES de las principales cabeceras municipales del estado de Tabasco"*** y se encuentra financiado por fondos del Plan Operativo Anual [POA] 20081045, se inició en enero de 2009 y concluyó a finales de enero de 2011. Dicho proyecto permitió evidenciar que la investigación que se presenta en éste trabajo no ha quedado en el olvido, sino que sigue rindiendo frutos.

En el proyecto institucional en cuestión, se involucró a ocho profesores, siete de ellos pertenecientes a la misma Dependencia de Educación Superior [DES] y un profesor de la División Académica de Ingeniería y Arquitectura, ambas pertenecientes a la UJAT. El proyecto ha permitido la formación de recursos humanos a nivel licenciatura [segundo ciclo] con la dirección de diez tesis, nueve de ellas integraron estudios de los 17 municipios que conforman el estado de Tabasco [agrupado para su estudio en nueve sectores] y otra contempló el desarrollo de un Portal de Responsabilidad Social Empresarial²⁶, que permita la difusión, promoción y formación de personas y empresas comprometidas con la RSE en Tabasco [fig. 5.1], cabe destacar que de éstos trabajos sólo una tesista tienen pendiente la obtención del grado. Igualmente el proyecto ha permitido participar en siete eventos, de los cuales tres son locales, dos estatales, uno nacional y otro internacional, en ellos se presentaron 15 ponencias a cargo de los diferentes profesores y estudiantes que colaboran en el proyecto; asimismo se han realizado nueve publicaciones, cuatro de ellas en Memorias digitales con arbitraje y cinco con Memorias impresas

²⁶ El portal ***"TabascoRSE"*** está puede ser consultado en <http://www.tabascorse.com/>

y digitales, con arbitraje e ISBN, finalmente la responsable del proyecto y otro de los profesores colaboradores fueron entrevistados por el Diario "El Herald de Tabasco" referente a los propósitos, actividades y beneficios del proyecto, la entrevista fue publicada en tres diarios, dos con circulación estatal y uno con circulación nacional. En el anexo 2 se muestran algunas de las evidencias que avalan lo anteriormente descrito.

Otro trabajo futuro que se encuentra en su fase de inicio y que tiene sus bases en éste, es el que desarrolla por la Maestra Rubí del Carmen Asencio de la Universidad del Carmen (UNACAR), en el estado de Campeche, con la finalidad de que en un futuro se cruce información que permita establecer bases de comparación, de cómo se realizan las actividades de RSE y actores que participan en ambos Estados.

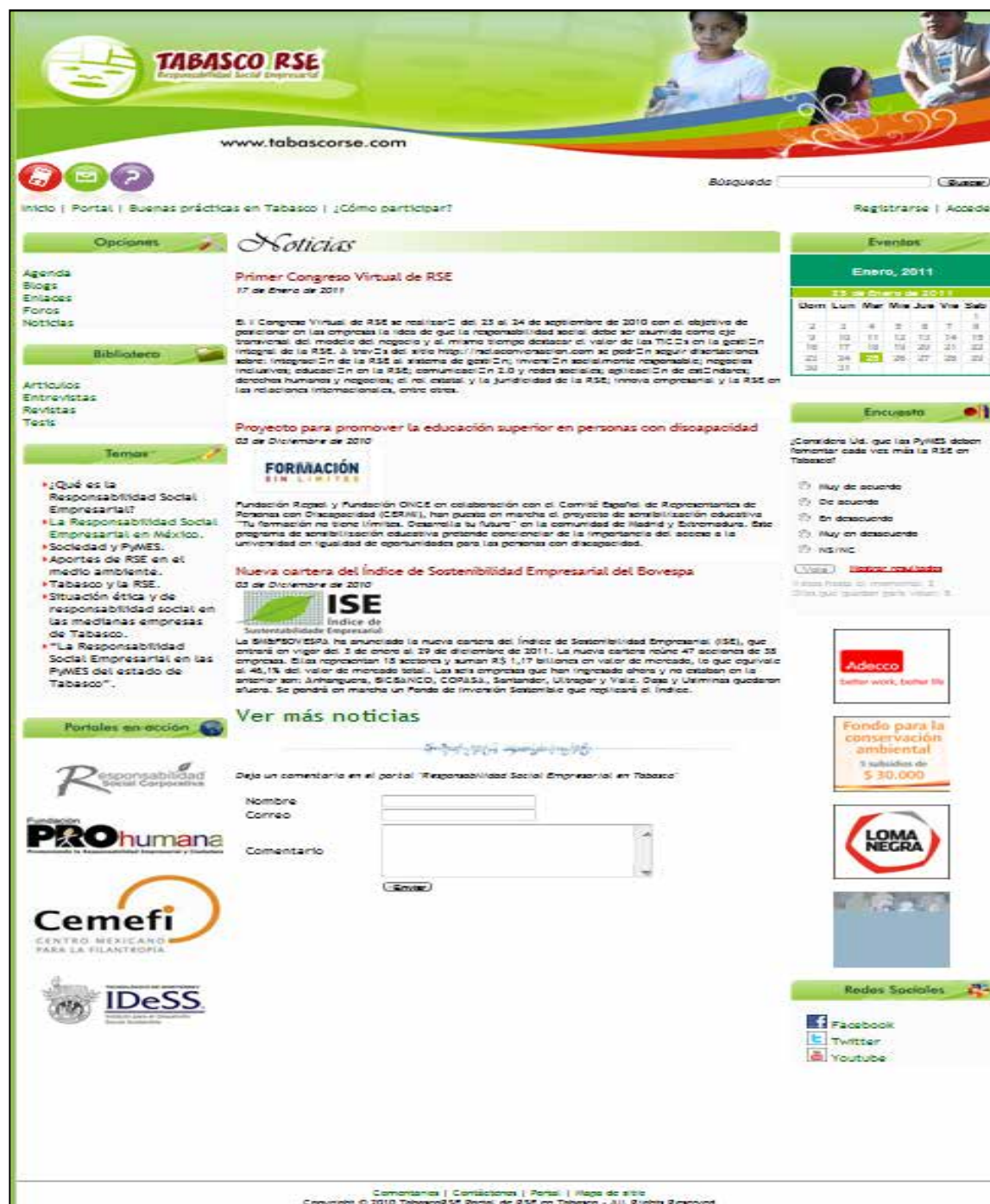


Fig. No. 5.1 Portal TabascoRSE
Fuente: Diseño de Hernández y Montero (2011).

Bibliografía

AccountAbility Promoting accountability for sustainable development (2006). Disponible en:
www.accountability21.net.

Acción RSE. Empresas por un desarrollo sustentable (2011). Disponible en:
<http://www.accionrse.cl>

Asociación Latinoamericana de Ética Negocios y economía, ALENE (2011). Disponible en:
<http://es.catholic.net/empresarioscatolicos/477/1067/articulo.php?id=24563>

ALIARSE por México (2006). Disponible en: <http://www.aliarse.org.mx/>

Balance Social.com (2006). Disponible en: <http://www.balancesocial.com/index.htm>.

Balaguer, M.R., Fernández, M.A., y Muñoz M. (2007). La Responsabilidad Social de la Empresa. Relaciones entre el Performance social, financiera y Bursátil. Valencia, España: Ed. Generalitat Valenciana. Conselleria D'Empresa, Universitat i Ciencia. Disponible en:
http://www.indi.gva.es/portal/export/sites/default/contenidos/Documentos_Publicaciones/Informacion_General-Documentos/Responsabilidad_Social_Empresa.pdf.

Bastías, F. y Navarrete, C. (2011). Stakeholders y Shareholders: Definición y caracterización. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/53115449/Stakeholders-y-Shareholders>

Baumhart, R. (1961). "How ethical are businessmen?", Harvard Business Review, Vol. 38 pp. 6-31.

BBC El mundo.com (2002, Mayo 27). México/empresas, alta corrupción. Disponible en:
http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/business/newsid_2010000/2010939.stm.

Becker, H., & Fritzsche, D. J. (Winter 1987, pp. 8-95). *"A comparison of the Ethical Behavior of American, French and German managers"*. Columbia Journal of Business.

Berenson, M., Levine, D., Krehbiel, T. (2001). Estadística para administración. (2nd ed). Ed. Prentice Hall.

Boston College. Center for Corporate Citizenship (2006). Disponible en: <http://www.bccccc.net/>.

Brenner, S. N., & Molander, E. (1977: No. 55 p. 55-71). *"Is the Ethics of Business Changing"* Harvard Business Review.

Brighton Central School District community, BCSD. Disponible en: www.bcsd.org.

Business Social Responsibility. The business of a better World BSR (2007). Disponible en <http://www.bsr.org/index.cfm>.

Center for Corporate Citizenship (2011). Disponible en: www.bc.edu/centers/ccc/index.html

Comisión de las Comunidades Europeas (2001). Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, Bruselas: Unión Europea.

Comunicado de prensa 233/2002, (2002, Noviembre 7). Se clausura el V Congreso Latinoamericano de Ética, Negocios y Economía. D.F., México.

Corporate Social Responsibility Europe: CSR Europe (2006). <http://www.csreurope.org/>

De la Cuesta, M., y Galindo, A. (2005). Inversiones socialmente responsables. Salamanca, España: Universidad Pontificia de Salamanca.

Diario Oficial de la Federación (2002, Diciembre 30). Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa MIPyMES. Disponible en:
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/>.

Dow Jones Sustainability Index (2007). Disponible en: www.sustainability-indexes.com

Caravedo, B. (1998). La responsabilidad de las empresas privadas en el Peru. Lima, Perú: Ed. Peru 2021, una nueva visión.

Cardozo, V. (2001, julio 9). Pierde la industria 120 mil mdd al año por prácticas corruptas: Amedec. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2001/07/09/018n1eco.html>.

Carroll, A. (1996). *"Business and Society: Ethics and Stakeholders management"*. (3rd ed.). Cincinnati: South-Western College Publishing.

Carroll, A. (1999) *"Corporate Social Responsibility. Business and Society"*. Chicago, USA: Business & Society.

Carroll, A. (2000) *"A commentary and an overview of key questions on corporate social performance measurement"*. Business and Society, 466-478.

Center for Business Ethics (1986, No. 5) *"Are Comparative Institutionalizing Ethics?"* Journal of Business Ethics. pp. 5-91.

Center for Business Ethics (1992, No. 11). ***"Instilling Ethical Values in Large Corporations"***.

Journal of Business Ethics. pp. 863-867.

Centro Mexicano para la Filantropía, A. C., CEMEFI (2005). Disponible en:

<http://www.cemefi.org>.

Centro Regional de apoyo para América Latina y el Caribe (2011). Disponible en:

<http://centroregionalmal.org/index-01.html>

Clementes, R. (1997). Guía Completa de las normas ISO 14000. ***"Complete guide to ISO 14000"***,

(Trad. Bertan, A.). Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000, S.A.

Cortina, A. (1997) Introducción en Ética y Empresa: una visión multidisciplinar. España: Fundación Argentaria.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001) "Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas", Bruselas: Comunidad Económica Europea.

Comisión Empresario Argentina para el Desarrollo Sostenible, CEADS (2007). Disponible en:

<http://www.ceads.org.ar/autoridades.htm>.

Consejo Coordinador Empresarial, CCE (2008). Disponible en: <http://www.cce.org.mx/>.

Corporate social responsibility. CSR Europe, 2011). Disponible en: <http://www.csreurope.org/>

Davis, D., Allen, J., y Cosenza, R. (1988, No. 27). ***"Segmenting local residents by their attitudes, interests and opinion towards tourism"*** Journal of Travel Research.

Dow Jones Sustainability Index. Disponible en: www.sustainability-indexes.com.

Feferholtz, Y., y Ramírez, R. (2004). Responsabilidad Social Empresarial en Chile seminario para optar por el título de ingeniero Comercial con mención en Administración. Santiago, Chile: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Chile.

Fernández, J. L. (2002). Ética Responsabilidad Social y Modelos de Empresa. En papeles de Ética, Economía y Dirección No. 7. Comunicaciones presentadas en la X Conferencia Anual de Ética Economía y Dirección, Madrid 13 y 14 de Junio de 2002.

Foddy, W. (1992). *"Constructing Questions for Interviews and Questionnaires. Theory and Practices in Social Research"*. New York: Cambridge University.

Foro para la Evaluación de la Gestión Ética, Forética. (2002). Responsabilidad Social Empresarial. Informe Forética 2002 situación en España. España: Ed. Forética.

Foro para la Evaluación de la Gestión Ética, Forética (2010). Disponible en: <http://www.foretica.es/>.

Fokkelman, M. (2001: Noviembre 11 No. 317). Periódico El mundo, España. Suplemento La Crónica: Los abusos de las multinacionales. Disponible en: <http://www.elmundo.es/cronica/2001/317/1005552045.html>

Forum Empresa. Red de RSE en las Américas (2011), Disponible en: <http://www.empresa.org/>

Francés, P., Borrego, A., y Velayos, C. (2003). Códigos Éticos en los Negocios: Creación y Aplicación en Empresas e Instituciones. Madrid, España: Ed. Pirámide 271 pp.

- Friedman, M. A. (1970, September 13). *"The social responsibility of business to increase its profits"*. New York: New York Times Magazine.
- Fuentelsaz, C. (2004). Cálculo del tamaño de la muestra. (Vol. 5. No. 18). Barcelona, España: Ed. Matronas Profesión.
- Fundación Prohumana. Promoviendo la Responsabilidad Empresarial Ciudadana (2004).
Disponible en: www.prohumana.cl.
- Indicadores ETHOS de Responsabilidad Social Empresarial (2004) Disponible en:
http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/documents/indicadores_2004_espanhol.pdf.
- Fundación para la Ética de los Negocios y de las Organizaciones, ETNOR (2010). Disponible en:
<http://www.etnor.org/>
- Geoffrey, P. L. (2001). *"The boundaries of strategic corporate social responsibility"* (Vol. 18 No. 7) Journal of consumer marketing. pp. 595-630.
- Global Reporting Initiative, GRI (2006) Sustainability Reporting Guidelines. Disponible en:
<https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>
- Gómez, M. A. (2003). Una visión de la Responsabilidad Social Corporativa en México. En Ética Economía y Dirección (EBEN-España) No. 8, Comunicaciones presentadas en la XI conferencia Anual de Ética Economía y Dirección. (177-180). España. Romargraf, S.A.
- Gómez, M. A. (2004). La Responsabilidad Social Empresarial, una alternativa para mejorar los niveles de vida de una sociedad y sus limitaciones. Comunicaciones presentadas en la XII conferencia Anual de Ética Economía y Dirección. Disponible en:
http://www.ujaen.es/huesped/xiiconfe/Comunicaciones/Marbella_Araceli_Gomez_Lemus.pdf.

Ginberg, G. (23 de octubre de 2002). Crearán Secretaría de la Función Pública. El Universal.mx.

Recuperado de:

http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=13316&tabla=primera

Greaves, P. (2006). Empresas Mexicanas ante la Responsabilidad Social. México: Ed. Procura.

Googins, B. K., Philip, M., y Rochlin, S. (2007). *"Beyond good company: next generation corporate citizenship"*. Boston, Alemania: Palgrave Macmillan.

Gutiérrez, J. M. (2002). Diccionario de Ética. España: Ed. Miletó

Hernández, N.C., y Montero, G. (2011). Portal Web como medio para promover la Responsabilidad Social Empresarial en Tabasco. Villahermosa, Tabasco. México: Tesis para obtener el grado en la Licenciatura de Informática Administrativa en la División Académica de Informática y Sistemas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2003). Metodología de la investigación. (3ra ed.). México: Ed. Mc-Graw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2005). Metodología de la investigación. (4ta. Ed.). México: Ed. Mc-Graw-Hill.

Hussey, J., & Hussey, R. (1997) Business Research: A Practical Guide for Undergraduate and Postgraduate Students. London, Macmillan.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI. (1995). Marco Geoestadístico. Disponible en: <http://www.inegi.gob.mx/>.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI (2010). Resumen de los resultados de los Censos de Población y Vivienda 2009. México: Ediciones INEGI impresas y electrónicas. Disponible en:
<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/RD09-resumen.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI (2011). Panorama sociodemográfico de México Censos Económicos 2010. México: Ediciones INEGI impresas y electrónicas. Disponible en:
http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_socio/cpv2010_panorama.pdf

Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal, INFAED (2005). Enciclopedia de los Municipios de México: Tabasco, México: Disponible en: http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM_tabasco.

Jeurissen , R. J. M. & Luijk, H. J. M. (1998, Jul. 10, vol. 17, No. 9). The Ethical Reputations of Managers in Nine EU-countries: A cross-referential. Journal of Business Ethics.

Jiménez, S.J. (8 de septiembre de 2009). Desaparece Calderón Secretaría de Turismo, Secretaría de la Reforma Agraria y la Secretaría de la Función Pública. El Universal.com . Recuperado de:
<http://www.eluniversal.com.mx/notas/625109.html>

Le Global Compact France (2006). Disponible en:
http://www.pactemondial.org/Le_Forum_des_amis_du_Pacte_Mondial.html

Korin, M. et al. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. Mapeo de Promotores. Disponible en:
<http://www.mapeo-rse.info/pagina/acerca-del-mapeo/>

Libro Azul (2004). La implantación del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en las Empresas Españolas. Disponible en:
http://www.fiteqa.ccoo.es/comunes/recursos/29/doc24859_LIBRO_AZUL_2004__LA_I_MPLANTACION_DEL_PACTO_MUNDIAL_DE_NACIONES_UNIDAS_EN_LAS_EMPRESAS_ESPANOLAS.pdf

Lozano, J. (2002). La empresa ciudadana: Un reto de innovación. España: ESADE.

Mayorga, P. y Jaime, V. (2001). Responsabilidad social de la empresa. Elementos teóricos y experiencias. Bogotá: Fundación corona.

Melé, D., Garriga, E., y Guillen, M. (2000). Políticas de ética empresarial en las 500 mayores empresas españolas. España: Working Paper No. 00/4, julio 2000.

Mendenhall, W., Beaver, R.J., y Beaver, M. (2008). Introducción a la probabilidad y Estadística. (12a. ed.). D.F., México: Cengage Learning.

Mendive, D. (1999). Concepto de Marketing. DMMS: Daniel Mendive Mercadotecnia Sociotecnia. Disponible en: <http://www.marketing-social.com.ar/acercade.php>

Nascimento, M. M. (2000) Ética y actividad empresarial. Cultura y valores éticos en las empresas algaraveñas. Huelva, España: Tesis doctoral para obtener el grado de Doctor, en el Departamento de Dirección de Empresas y Marketing de la Universidad de Huelva.

Observatorio de Responsabilidad Corporativa. (2006). Disponible en:
<http://www.observatoriorsc.org>

Organización de las Naciones Unidas. ONU (2008). Disponible www.un.org/spanish/

Organization for Economic Co-operation and Development. OECD (2007). Disponible OECD:
<http://www.oecd.org/home/>

Periódico El Universal (2002, Octubre 12). "México deja de percibir más de 8 mil 500 millones de dólares anuales de inversión por corrupción"

Plataforma Holandesa de RSE. MVO Platform (2012). Disponible en: <http://mvplatform.nl/>

Ramos, E. (2001). La ética del marketing. Importancia de la ética y responsabilidad social, para la efectividad organizacional. Sevilla, España: Tesis para obtener el grado de Doctor, Universidad de Sevilla.

Roitter, M., Campetella, M.A. (1996). La razón social de las empresas: una investigación sobre los vínculos entre empresa y sociedad en Argentina. Buenos Aires, Argentina: Centro de Estudios de Estado y Sociedad. 77 pp.

Red del Pacto Mundial Argentina (2007). Disponible en: <http://www.undp.org.ar/nov300.html>.

Red del Pacto Mundial México (2012). Disponible en: <http://www.pactomundial.org.mx/home/>

Red del Pacto Mundial Perú (2007). Disponible en: <http://www.pactomundial.confiep.org.pe/>

Red del Pacto Mundial en la República Dominicana (2009). Disponible en:
<http://www.unglobalcompactdr.org/>

Red Puentes (2005). Disponible en: <http://redpuentes.org/>.

Responsabilidad Social Empresaria: DERES (2008). Disponible en
<http://www.deres.org.uy/home/home.php>.

Roca (2002-2003). Una visión consensada. Centro para la Acción Responsable en Guatemala.
Publicado en Reflexiones latinoamericanas sobre RSE. Editoriales, columnistas y otros
aportes sobre responsabilidad social empresaria (2002-2003). Argentina: Instituto Argentino
de Responsabilidad Social Empresaria. Disponible en:
http://www.iarse.org/new_site/downloads/78026_Reflexiones%20latinoamericanas%20sobre%20RSE.pdf

Social Accountability International, SAI (2008). Disponible en: <http://www.sai-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=937>

Schmidheiny, S. (1998). *"Changing Course. A global business perspective on development and the environment"*. (5th ed). Massachusetts, USA: Massachusetts Institute of Technology.

Taylor & Bogdan (1986) Introducción a los métodos cualitativos de investigación., México: Ed. Paidós.

United Global Compact Germany (2008). Disponible en:
http://www.unglobalcompact.org/NetworksAroundTheWorld/local_network_sheet/DE.html

United Nations Global Compact, (2011). Disponible en: <http://www.unglobalcompact.org/>

Unión Social de Empresarios por México, A. C. USE (2005). Disponible en:
<http://www.usem.org.mx/>

Vitell, S. J. & Festervand, T. A. (1987, vol. 6, No. 2, pp. 111-122) "*Business ethics: Conflicts, practices and beliefs of industrial executives*". Journal of Business Ethics.

Vitell, S. J., Dickerson, E., & Festervand, T. A. (2000, vol. 28, No. 1. pp.15-24) Ethical Problems, Conflicts and Belies of Small Business Professionals. Journal of Business Ethics.

Vives, A., Corral, A., e Isasi, I. (2005). Responsabilidad Social de las empresas en las PyMES de Latinoamérica. Ed. Banco Interamericano de Desarrollo. New York. USA.

World Business Council on Sustainable Development (2010). Disponible en:
<http://www.wbcsd.org/home.aspx>

Xertatu (2010). Disponible en: <http://www.xertatu.net/>

Listado de siglas

SIGLA	DESCRIPCIÓN
ACDE	Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa
ACDI	Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional
ACNUR	Agencia de la ONU para los refugiados
ACOPI	Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias
ACHS	Asociación Chilena de Seguridad
AEA	Asociación Empresaria Argentina
AED	Asociación Empresarial para el Desarrollo
AFRAS	Asociación Franquicia Sustentable
AI	Amnistía Internacional
AIA	Asociación de Industriales de Antofagasta
ALENE	Asociación Latinoamericana de Ética Negocios y Economía
AliaRSE	Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial
AmCham	American Chamber of Commerce of Mexico
AMEDEC	Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa del Consumidor
AMIA	Asociación Mutual Israelita Argentina
ANDESCO	Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos Domiciliarios y Actividades Complementarias e Inherentes
Andi	Asociación Nacional de Empresarios de Colombia
ANIQ	Asociación Nacional de Industria Química
ARPEL	Asociación Regional de Empresas de Petróleo y Gas Natural en Latinoamérica y el Caribe

SIGLA	DESCRIPCIÓN
ASIMPRES	Asociación de Industriales Químicos de Chile
ASIQUIM	Asociación de Industriales Químicos de Chile
ASIVA	Asociación de Empresas V Región (Chile)
Asocolflores	Asociación Colombiana de Exportadores de Flores
BCIE	Banco Centroamericano de Integración Económica
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
BITC	Business in the Community
BM	Banco Mundial
BSR	Business Social Responsibility
CAF	Corporación Andina de Fomento
CAF	Corporación Andina de Fomento
CAMACOL	Cámara Colombiana de la Construcción de Antioquia
CANACEM	Cámara Nacional del Cemento
CCB	Cámara de Comercio de Bogotá
CCCB	Cámara de Comercio Colombo Británica
CCE	Consejo Coordinador Empresarial
CCI	Cámara de Comercio Internacional
CCIFA	Cámara de Comercio e Industria Franco Argentina
CCIRR	Centro Comercial e Industrial de Rafaela y la Región
CECODES	Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible
CECORP	Centro Colombiano de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional
CEDEM	Centro de Estudios para el Desarrollo de la Mujer
CEER	Consejo Empresario de Entre Ríos
CEFIR	Centro de Formación para la Integración Regional
CEGC	Centro de Excelencia en Gobierno Corporativo

SIGLA	DESCRIPCIÓN
CEMEFI	Centro Mexicano para la Filantropía
CENARSECS	Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CERES	Coalition for Environmentally Responsible Economies
CETIFARMA	Consejo de Ética y Transparencia de la Industria Farmacéutica
CIDERE Biobio	Corporación Industrial para el Desarrollo Regional del Biobio (Chile)
CIEP	Centro de Investigación de Ecosistemas de la Patagonia
CJM	Comercio Justo México
CNE	Comisión Nacional de Energía (Chile)
CNP	Centro Nacional de Productividad (Colombia)
COMDES	Consejo Mexicano para el Desarrollo Económico y Social
Comfamiliar Huila	Caja de Compensación Familiar del Huila (Colombia)
Comfandi	Caja de Compensación Familiar del Valle del Cauca (Colombia)
COMPITE	Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A. C.
CONAES	Consejo Nacional Empresarial sobre el SIDA
CONAPRED	Consejo Nacional para la Prevención de la Discriminación
CONCAMIN	Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos
Confecámaras	Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio
CONFECOOP	Confederación de Cooperativas de Colombia
CONFIEP	Sistema de las Naciones Unidas en el Perú
CONUEE	Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica
COPANT	Comisión Panamericana de Normas Técnicas
COPARMEX	Confederación de Patrones de la República Mexicana
CORFO	Corporación de Fomento a la Producción (Chile)

SIGLA	DESCRIPCIÓN
CORMA	Corporación Chilena de la Madera
COTENNSASST	Comité Técnico de Normalización Nacional de Sistemas de Administración de Seguridad y Salud en el Trabajo
CPC	Confederación de la Producción y del Comercio (Chile)
CPTS	El Centro de Promoción de Tecnologías sostenibles - Bolivia
CSA	Confederación Sindical de Trabajadores y Trabajadoras de las Américas
CSR	Corporate Social Responsibility Europe
CUT	Central Unitaria de Trabajadores (Chile)
DAIS	División Académica de Informática y Sistemas
DES	Dependencia de Educación Superior
DGN	Dirección General de Normas
DOF	Diario Oficial de la Federación
EBC	Escuela Bancaria y Comercial
EBEN	European Business Ethics Network
EBNCS	European Business Network for Social Cohesion
ECODES	Fundación Ecología y Desarrollo
EIA	Escuela de Ingeniería de Antioquia
ERSE	Escuela de Responsabilidad Social Empresarial (Colombia)
EticAgro	Instituto de Ética y Calidad en el Agro
ÉTNOR	Fundación para la ética de los negocios y de las organizaciones
ExE	Fundación Empresarios por la Educación (Colombia)
ExEb	Fundación Empresarios por la Educación Básica
FARN	Fundación Ambiente y Recursos Naturales
FC	Fundación Carolina
FCM	Fundación Carolina México

SIGLA	DESCRIPCIÓN
Fedepalma	Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite (Colombia)
FEDETUR	Federación de Empresas de Turismo de Chile
FESAC	Fundación del Empresariado Sonorense
FIAVIS	Foro Intersectorial Argentino de Vitivinicultura Sustentable
FIP	Fundación Ideas para la Paz (Colombia)
FNC	Federación Nacional de Cafeteros de Colombia
FNPI	Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano
FOC	Fundación de Organización Comunitaria (FOC)
FORÉTICA	Foro para la Evaluación de la Gestión Ética
FSC	Forest Stewardship Council
FUNDAR	Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural
FUNDEMÁS	Fundación Empresa para la Acción Social
FUNDEMEX	Fundación del Empresariado en México
FUNDES	Fundación para el Desarrollo Sostenible
Fundibeq	Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad
FUNTEC	Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa
FVSA	Fundación Vida Silvestre
GC	Global Compact
GDPE	Grupo de Fundaciones y Empresas
GRI	Global Reporting Initiative
HRW	Human Rights Watch – Defendiendo los Derechos Humanos
IAF	Fundación Interamericana
IAVE	International Association for Volunteer Effort
ICFTU	International Confederation of Free Trade Unions
ICONTEC	Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación

SIGLA	DESCRIPCIÓN
IESC	Instituto de Estudios para la Sustentabilidad Corporativa
IFCTU	Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres
IIDSES	Instituto de Investigaciones sobre Desarrollo Sustentable y Equidad Social
IMNC	Instituto Mexicano de Normalización y Certificación
INADI	contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo
INEGI	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
INFAED	Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal
Inmujeres	Instituto de las Mujeres de la Ciudad de México
INN	Instituto Nacional de Normalización (Chile)
INTI	Instituto Nacional de Tecnología Industrial
IPADE	Instituto Panamericano de Alta Dirección Empresarial
IPES	Instituto Persona, Empresa y Sociedad
IRAM	Instituto Argentino de Normalización
ISBEE	International Society of Business, Economics and Ethics
ISO	International Organization for Standardization
ITESM	Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey
MAVDT	Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (Colombia)
MIPyMES	Micro, Pequeña y Mediana Empresa
MoveRSE	Movimiento hacia la Responsabilidad Social Empresaria
MTEySS	Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación
MVO Platform	Plataforma Holandesa de Responsabilidad Social
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
ODECU	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile
OEA	Organización De Estados Americanos
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development

SIGLA	DESCRIPCIÓN
OIT	Organización Internacional del Trabajo
ONG	Organización no Gubernamental - Organizaciones no Gubernamentales
ONU	Organización de las Naciones Unidas
ONUDI	Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
PG	Pacto Global
PGNU	Pacto Global de las Naciones Unidas
PM	Pacto Mundial
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PNUMA	Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente
POA	Plan Operativo Anual
Proconsumer	Protección Consumidores del Mercado Común del Sur
PROFECO	Procuraduría Federal de Protección al Consumidor
PROFEPA	Procuraduría Federal de Protección al Ambiente
RedEAmérica	Red Interamericana de Fundaciones y Acciones Empresariales para el Desarrollo de Base
REDUNIRSE	Red Iberoamericana de Universidades por la RSE
RI	Responsabilidad Integral (Colombia)
RS	Centro Internacional de Responsabilidad Social & Sostenibilidad
RSC	Responsabilidad Social Corporativa
RSE	Responsabilidad Social Empresarial
SalmonChile	Asociación de la Industria del Salmón de Chile
SECODAM	Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo
SEDESOL	Secretaría de Desarrollo Social
SEGIB	Secretaría General Iberoamericana
SEKN	Social Enterprise Knowledge Network
SELA	Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe

SIGLA	DESCRIPCIÓN
SEMARNAT	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
SENCE	Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (chile)
SERNAC	Servicio Nacional del Consumido (Chile)
SERNAGEOMIN	Servicio Nacional de Geología y Minería (Chile)
SERNAM	Servicio Nacional de la Mujer (Chile)
SERNATUR	Servicio Nacional de Turismo (Chile)
SES	Sustentabilidad-Educación-Solidaridad
SFP	Secretaría de la Función Pública
SIEM	Sistema de Información Empresarial Mexicano
SOFOFA	Sociedad de Fomento Fabril (Chile)
STPS	Secretaría del Trabajo y Previsión Social
SUSESO	Superintendencia de Seguridad Social (Chile)
TILAC	Transparencia Internacional en América Latina y el Caribe
TM	Transparencia Mexicana
TUAC	Comité Consultivo Sindical de la OCEDE
UADE	Universidad Argentina de la Empresa
UCA	Pontificia Universidad Católica Argentina
UCC	Universidad Católica de Córdoba
UCES	Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales
UDD	Universidad del Desarrollo (Chile)
UDESA	Universidad de San Andrés
UE	Unión Europea
UEC	Universidad Externado de Colombia
UIA	Universidad Iberoamericana
UIC	Universidad Intercontinental
UICN	Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza

SIGLA	DESCRIPCIÓN
UJAT	Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
UNAB	Universidad Andrés Bello (Chile)
UNACAR	Universidad del Carmen
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
UNGC	United Nations Global Compact
UNI	Union Network Internacional
Uniandes	Universidad de los Andes (Colombia)
UNIAPAC	Unión Internacional Cristiana de Dirigentes de Empresa
UNR	Universidad Nacional de Rosario (Argentina)
UNRC	Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina)
UP	Universidad Panamericana
UPTC	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia
UR	Universidad Regiomontana
USEC	Unión Social de Empresarios Cristianos (Chile)
UTB	Universidad Tecnológica de Bolívar
UTDT	Universidad Torcuato Di Tella (Argentina)
UTN	Universidad Tecnológica Nacional (Argentina)
WBCSD	World Business Council on Sustainable Development
WRI	World Resources Institute
WWF	World Wide Fund for Nature (Portal dedicado a la Conservación de los sistemas naturales)

Glosario

AA1000

Establece una serie de principios de calidad y un conjunto de normas básicas para ayudar a las organizaciones en la definición de sus objetivos y metas, la medida del progreso contra estos objetivos, la auditoría y comunicación del rendimiento y los mecanismos de feedback, implicando en cada una de estas etapas a los distintos stakeholders, vinculando las cuestiones sociales y éticas con la gestión estratégica y operativa de las empresas". (Norma de (Aseguramiento de Sostenibilidad AA1000, 2008).

Alianzas estratégicas

Iniciativas conjuntas, coordinadas de los sectores gubernamental, comercial y civil, en los que cada uno contribuye con recursos esenciales [financieros, humanos, técnicos, informativos y políticos] y participa en el proceso de toma de decisión, creando sinergias que potencien la utilización de los recursos. (Fundación Prohumana, 2004)

Balance Social

Es una herramienta de la política empresarial que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa en términos de activos y pasivos sociales en sus ámbitos interno y externo, durante un período determinado y frente a metas de desempeño definidas y aceptadas previamente. (Balance Social.com, 2006).

Capital social

Conjunto de valores y expectativas comunes de una comunidad determinada. El capital social es una condición previa para la cooperación y la organización de actividades humanas, incluidos los

negocios. El capital social puede transformarse, consumirse o reponerse, igual que el capital financiero. (Responsabilidad Social Empresaria: DERES, 2008).

Ciudadanía Corporativa

Ciudadanía corporativa hace referencia a la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operaciones y políticas cotidianas. (Center for Corporate Citizenship, 2011).

Código de conducta

Declaración formal de los valores y prácticas comerciales de una empresa y, algunas veces, de sus proveedores. Un código enuncia normas mínimas y el compromiso de la empresa de cumplirlas y de exigir su cumplimiento a sus contratistas, subcontratistas, proveedores y concesionarios. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

Comercio justo y equitativo

Se define como una solución alternativa al comercio internacional tradicional. Se trata de una asociación comercial que favorece el desarrollo sostenible de los productores excluidos o desfavorecidos garantizando mejores condiciones comerciales, aumentando la sensibilización y realizando campañas al efecto. Los criterios que deben cumplir los productos de este tipo de comercio varían según el producto, pero incluyen aspectos tales como la garantía de precios, el pago previo y el pago directo a los productores y sus cooperativas. (Responsabilidad Social Empresaria. DERES, 2008).

Desarrollo Sustentable

A nivel empresario el Desarrollo Sostenible significa competir a nivel global con Estrategias de Negocios que respondan a las Necesidades presentes de las Empresas y su Comunidad, protegiendo y manteniendo los Recursos Ambientales y Humanos que serán necesarios en el Futuro. (Comisión Empresario Argentina para el Desarrollo Sostenible. CEADS, 2007).

DJSI, Dow Jones Sustainability Index

Es un índice elaborado por Dow Jones, STOXX y SAM, del que forman parte compañías que ya están en el Dow Jones STOXX 600 Index y que, además, cumplen con una serie de requisitos en materia de Sostenibilidad. Los índices del Dow Jones Sustainability Group comprenden el 10% de las empresas que componen el Dow Jones Global Index y que, a juicio de Dow Jones & Co., son líderes en términos de sostenibilidad. Esta familia de índices comprende un índice global, tres regionales y uno de país. Cada uno de estos 5 comprende 4 más especializados, hasta completar un total de 25 índices. La evaluación de la sostenibilidad para decidir que empresas entren a formar parte de este índice consiste en un análisis de múltiples factores, tanto sociales y medioambientales como económicos. La metodología de evaluación está basada en la aplicación de criterios para valorar las oportunidades y riesgos sociales y ambientales de cada una de las empresas que componen dichos índices. Los criterios de evaluación son tanto generales para el conjunto de empresas como específicos para cada industria. Una vez aplicados estos criterios, a cada una de las empresas se les otorga una puntuación, la cual es el punto de partida para la elaboración de un ranking de sostenibilidad por industrias. (Dow Jones Sustainability Index, 2007).

Eco-eficiencia

El término de "Eco-Efficiency" describe una visión para la producción de bienes y servicios económicamente viables a la vez de seguir reduciendo los impactos ecológicos de producción. (Schmidheiny, 1998).

Espíritu empresarial responsable

Concepto de las Naciones Unidas que reconoce el papel de las empresas para conseguir un desarrollo sostenible y que las empresas pueden gestionar sus operaciones de modo que se fomente el crecimiento económico y se aumente la competitividad al tiempo que se garantiza la

protección del medio ambiente y se promueve la responsabilidad social. (Organización de las Naciones Unidas. ONU, 2008).

Ética Empresarial

Rama de la ética aplicada que se ocupa del estudio de las cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en el mundo de los negocios. (Francés, Borrego y Velayos, 2003).

Ética Social

Estudia las normas y principios morales de la vida colectiva en un ámbito institucional y no institucional... La ética social constituye el complemento necesario de la ética individual, que considera la responsabilidad del individuo con respecto a los demás y para consigo mismo. (Gutiérrez, 2002).

Filantropía

Puede entenderse como amor al género humano. Las acciones filantrópicas son múltiples y variadas, pero principalmente se vinculan con la donación de recursos económicos, entrega de tiempo personal (trabajo voluntario) o de conocimiento, u otras acciones concretas tendientes al mejoramiento de la condición humana. Preocupación y amor por el otro. (Fundación Prohumana, 2004).

Filantropía Empresarial

Describe las contribuciones, donaciones en efectivo o en especie de las empresas en causas de caridad, instituciones educativas y otras organizaciones sin fines de lucro. (Roitter, y Campetella, 1996).

Gobierno Corporativo:

El Centro de Excelencia en Gobierno Corporativo (2009), considera al Gobierno Corporativo como un sistema por el cual las sociedades son gobernadas, dirigidas y controladas, siguiendo

los criterios establecidos por sus accionistas, los principios de mejores prácticas y la participación de todas las partes legítimamente interesadas en la organización. Las buenas prácticas de Gobierno Corporativo tienen la finalidad de incrementar el valor de la empresa y facilitar el acceso al financiamiento externo, así como lograr su permanencia en el mercado. Igualmente considera [en base a una adaptación realizada de del Corporate Governance Board Leadership Training Resources Kit] que hay cinco elementos clave y cuatro pilares básicos para el buen funcionamiento del gobierno corporativo. En cuanto a los primeros señala que son: 1. Las buenas prácticas del consejo; 2. Procesos de control apropiados; 3. Un fuerte sistema de transparencia y revelación de la información; 4. Protección de los derechos de los accionistas; y 5. Un fuerte compromiso con las reformas del gobierno corporativo. Referente a los cuatro pilares señala que son: 1. La rendición de cuentas a los accionistas, tanto por parte del consejo como de la Administración; 2. La equidad, refiriéndose a ella como la protección de los derechos de los accionistas y de que estos sean tratados por igual sin importar el monto de su aportación; 3. La transparencia, que asegure la revelación exacta y puntual de cualquier tema, incluyendo la situación financiera, el desempeño, la propiedad y el gobierno corporativo; y 5. La responsabilidad corporativa, refiriéndola al reconocimiento de los derechos de todas las partes legamente interesadas, estimular la cooperación entre la organización y los accionistas, para la creación de la riqueza, empleo y sustentabilidad económica.

Inversión Social

Constituye un enfoque más integral de la relación empresa y sociedad que supone la extensión de los criterios empresarios al campo social, quitándole la faz caritativa para otorgarle otra más ligada al desarrollo y la sustentabilidad de los proyectos. (Roitter, y Campetella, 1996).

Inversión Socialmente Responsable (SRI por sus siglas en inglés: social investment, responsibility)

Un fondo de inversión socialmente responsable, es un fondo en que a las inversiones, aparte de de ofrecer la máxima rentabilidad y liquidez con el mínimo riesgo, se añaden criterios sociales y

medioambientales permitiendo a los inversores combinar objetivos financieros con valores sociales, vinculados a ámbitos de justicia social, desarrollo económico, paz y medio ambiente (De la Cuesta y Galindo, 2005).

ISO 14000

Sistema de Gestión Medioambiental. Es un conjunto de documentos de gestión ambiental que, una vez implantados, afecta todos los aspectos de la gestión de una organización en sus responsabilidades ambientales y ayuda a las organizaciones a tratar sistemáticamente asuntos ambientales, con el fin de mejorar el comportamiento ambiental y las oportunidades de beneficio económico. (Clementes, 1995)

Marketing Social

Es un proceso que incluye las acciones de tipo social y humanitarias que realizan las empresas, para que el público las asocie tanto a la empresa como a sus marcas con una actitud de compromiso por lo social, humanitario y ecológico. Otros autores, como Kotler y Zatzman han utilizado el concepto de Marketing social en este sentido, enfocando los principios del marketing, su metodología y técnicas, para influir en un determinado público, en pro de su beneficio y el de la sociedad, es decir el concepto de Marketing social se relaciona con las necesidades humanas para las cuales habrán de crearse productos sociales. (Mendive, 1999)

Marketing con Causa

Actividad comercial en la cual las empresas y organizaciones sin fines de lucro forman alianzas para comercializar una imagen, producto o servicio, en virtud de un beneficio común. Es una herramienta mediante la cual las compañías logran crear un valor diferencial de la marca conectado a la conciencia de las personas y compartiendo con ellas sus principios y valores. Es una forma de que las empresas lleven a la práctica la RSE que les compete y exigen sus consumidores. Fuente: (Acción RSE, 2011).

Reporte de Sustentabilidad

Es complementario al balance financiero y es una memoria que la empresa publica anualmente dando cuenta de los proyectos, beneficios y acciones sociales dirigidas a los empleados, inversionistas, analistas de mercado, accionistas y a la comunidad. Es también un instrumento estratégico para avalar y difundir y multiplicar el ejercicio de la responsabilidad social corporativa. En el balance social la empresa muestra lo que hace por sus profesionales, dependientes, colaboradores y la comunidad, dando transparencia a las actividades que buscan mejorar la calidad de vida de quienes la rodean. Su función principal es hacer pública la RSE, construyendo mayores vínculos entre la empresa, la sociedad y el medioambiente. Balance Social.com (2006).

SA8000: Estándar sobre condiciones laborales en las operaciones globales de manufactura desarrollado por la Social Accountability International en 1998 es un estándar de monitoreo y verificación voluntario para fijar las condiciones laborales en las operaciones globales de manufactura. El SA 8000 fue modelado. Posteriormente a que los procesos de auditoría de calidad y medioambiente fueron desarrollados por la Organización Internacional de Estándares ISO en sus ISO 9000 e ISO 14000. AccountAbility Promoting accountability for sustainable development (2006).

Stakeholders/Partes Interesadas/Interlocutores

Persona, comunidad u organización afectada por las operaciones de una empresa o que influye en dichas operaciones. Las partes interesadas pueden ser internas –por ejemplo los trabajadores- o externas –por ejemplo los consumidores, los proveedores, los accionistas, los financistas, la comunidad local. (Responsabilidad Social Empresaria. DERES, 2008)

Shareholders

En palabras simples, los shareholders son los accionistas de una institución, es decir, los entes que legalmente posean las acciones. Freeman en su trabajo: Stakeholders Theory. The State of

the Art, menciona que Fama en 1980, expuso que si bien los shareholders poseen las acciones de una empresa, eso no quiere decir que posean la empresa en sí misma. (Bastías y Navarrete, 2011). Cabe destacar que dada la frecuencia con que se usan los términos stakeholders y shareholders en los países latinoamericanos y ahora incluso en diversa literatura Española, se considero importante definirlos, sin embargo de éste término poco se encontró al respecto ya que sólo se encontró en diccionarios, y simplemente lo traducen como accionistas, e incluso hablan de que ambos términos son sinónimos, Por eso se optó por mencionar los que Bastías y Navarrete mencionan, aún cuando la publicación no es de una fuente muy confiable.

Triple Balance

La idea de que el funcionamiento general de empresa debería evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el capital social, En inglés, muchas veces llamado las tres P, por "People, Planet y Profit" (personas, planeta y ganancia). (Comisión de las Comunidades Europeas, 2011).

ANEXOS

Anexo A. Cuestionario para detectar la situación actual de ética y responsabilidad social en las medianas empresa del estado de Tabasco.

Instrumento de recolección de datos. Pág. 1



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CATALUÑA
Departamento de Organización de Empresas



Estimado Empresario:

Soy profesora en la *Universidad Juárez Autónoma de Tabasco* y estoy realizando estudios doctorales de "Dirección y Administración de empresas" en la *Universidad Politécnica de Cataluña*, en Barcelona, España, me encuentro realizando mi investigación de tesis referente a la "Ética y Responsabilidad Social en las medianas empresas del estado de Tabasco", Por lo que su ayuda en la contestación de éste cuestionario me será de gran utilidad para la realización de la mencionada investigación.

La responsabilidad social empresarial es el compromiso consciente y congruente que tienen las empresas de cumplir integralmente con la finalidad de la misma considerando las expectativas de todos sus participantes (propietarios, accionistas, trabajadores, comunidad, clientes, proveedores, acreedores, etc.) en lo económico, social, humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente para la construcción del bien común.

Cabe enfatizar que la información que se me proporcione, será utilizada con profesionalismo y discreción, y los informes que se generen se harán de forma general (no personalizada) con utilización exclusiva para fines académicos.

Nombre de la empresa _____

1. Sector económico _____

2. Distintivo empresa Socialmente Responsable _____

3. Señale el grado de importancia que tiene la ética empresarial, en los siguientes aspectos.

	1) Nada importante	2) Poco importante	3) Medianamente importante	4) Importante	5) Muy importante
a. Expresar valores corporativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Establecer políticas éticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Favorecer la excelencia humana de los empleados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Evitar conductas deshonestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Construir la identidad corporativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Fomentar la cultura corporativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Mejorar la imagen corporativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Instrumento de recolección de datos. Pág. 2

4. Cuáles de las siguientes acciones se realizan en la empresa para fortalecer la ética empresarial.

- | | |
|---|--------------------------|
| A. Se realizan informes o auditorías periódicas sobre aspectos éticos | <input type="checkbox"/> |
| B. Se valora el comportamiento ético del personal | <input type="checkbox"/> |
| C. Existe una oficina especial | <input type="checkbox"/> |
| D. Se siguen procedimientos formalizados, Para gestionar problemas éticos | <input type="checkbox"/> |
| E. Existen programas de formación ética | <input type="checkbox"/> |

5. Quien es el responsable de los asuntos éticos en la empresa

- | | |
|----------------------------------|--------------------------|
| A. Socios y/o propietarios | <input type="checkbox"/> |
| B. Director General | <input type="checkbox"/> |
| C. Dirección de Recursos Humanos | <input type="checkbox"/> |
| D. Directivos intermedios | <input type="checkbox"/> |
| E. Departamento jurídico | <input type="checkbox"/> |
| F. Persona designada para ello | <input type="checkbox"/> |
| G. Comité de ética | <input type="checkbox"/> |
| H. Nadie en particular | <input type="checkbox"/> |

6. ¿Cuenta su empresa con documentos éticos tales como: Códigos de ética, Credo corporativo, declaración de valores, misión, etc.?

Si ☐

No ☐

Si su respuesta fue negativa, por favor continúe con la siguiente pregunta; si fue afirmativa continúe a partir de la pregunta número seis.

7. Si su empresa carece de documentos éticos, señale por cuál de las siguientes razones.

- | | |
|--|--------------------------|
| A. Están en proceso de elaboración | <input type="checkbox"/> |
| B. Tratamos de reforzar la ética sin documentos | <input type="checkbox"/> |
| C. Se siguen códigos éticos generales en el ramo de la empresa | <input type="checkbox"/> |
| D. Lo primordial es la conducta ética de los directivos | <input type="checkbox"/> |
| E. No vemos la utilidad de contar con documentos éticos | <input type="checkbox"/> |
| F. No es necesario reforzar el comportamiento ético | <input type="checkbox"/> |
| G. Consideramos que la ética nada tiene que ver con los negocios | <input type="checkbox"/> |

Instrumento de recolección de datos. Pág. 3

Por favor continúe a partir de la pregunta número nueve

8. Con cuales de los siguientes documentos éticos cuenta su empresa

- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| A. Código de ética | <input type="checkbox"/> |
| B. Credo corporativo | <input type="checkbox"/> |
| C. Misión y visión corporativa | <input type="checkbox"/> |
| D. Declaración de valores | <input type="checkbox"/> |
| E. Otros ¿cuáles? _____ | <input type="checkbox"/> |

9. Señale quien ha elaborado los documentos éticos con que cuenta su empresa

- | | |
|--|--------------------------|
| A. Propietarios y/o socios | <input type="checkbox"/> |
| B. Altos directivos de la empresa | <input type="checkbox"/> |
| C. Directivos de niveles intermedios | <input type="checkbox"/> |
| D. Amplio proceso participativo de grupos de interés de la empresa | <input type="checkbox"/> |
| E. Asesoramiento de expertos independientes | <input type="checkbox"/> |

10. Señale cuales de los siguientes medios utilizan para difundir los documentos éticos de su empresa.

- | | |
|---|--------------------------|
| A. Presentación oral | <input type="checkbox"/> |
| B. Reuniones de trabajo periódicas | <input type="checkbox"/> |
| C. Carteles folletos manuales | <input type="checkbox"/> |
| D. Publicación en la Web | <input type="checkbox"/> |
| E. Se les dan a conocer a los trabajadores cuando ingresan a la empresa | <input type="checkbox"/> |

11. Con quienes de los siguientes actores considera que la empresa debe de estar más comprometida con sus acciones de responsabilidad social.

	1) Nada importante	2) Poco importante	3) Medianamente importante		
	4) Importante	5) Muy importante			
Actores	1	2	3	4	5
A. Trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Propietarios y/o accionistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. Clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. Medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F. Comunidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Instrumento de recolección de datos. Pág. 4

12. ¿Qué niveles jerárquicos intervienen para determinar las acciones de responsabilidad social de su empresa?

- A. Propietarios y/o Socios de la empresa ☐
- B. Directivos ☐
- C. Comité de funcionarios y empleados ☐

13. ¿Quiénes intervienen para aplicar las acciones de responsabilidad social en su empresa?

- A. La empresa ☐
- B. Fundación propia de la empresa ☐
- C. La empresa y terceros especializados a los que solicita apoyo como son: Fundaciones civiles u organizaciones no gubernamentales(ONG) ☐

14. Indique cuales de las siguientes acciones de RSE realiza su empresa

Relacionadas con salud		Relacionadas con Educación		Relacionadas con arte y cultura	
SI	NO	SI	NO	SI	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. ¿Quiénes son los beneficiarios directos de las acciones de responsabilidad enfocadas a la salud que proporciona su empresa? (puede seleccionar más de una)

- A. Los trabajadores y sus familias ☐
- B. La comunidad ☐

16. Si su empresa participa en acciones que apoyan la educación, señale como lo hace. (puede seleccionar más de una)

- A. Proporcionando cursos de capacitación a los trabajadores ☐
- B. Proporciona cursos de superación personal y autoestima a sus trabajadores ☐
- C. proporciona tiempo o apoyo económico para que sus trabajadores, realicen estudios ☐
- D. Apoya económicamente en estudios realizados por familiares de sus trabajadores ☐
- E. Apoya económicamente en acciones de educación que benefician a la comunidad ¿Cuáles? ☐

Instrumento de recolección de datos. Pág. 5

17. Si su empresa participa en acciones que apoyan el arte y la cultura, señale como lo hace

- A. Financiando actividades que se organizan al interior de la empresa. ☐
- B. Apoyando económicamente actividades que organiza la comunidad, instituciones educativas o instituciones culturales gubernamentales. ☐
- C. Con ambas. ☐

18. Genera su empresa desechos peligrosos como consecuencia de sus actividades productivas.

- D. SI ☐
- E. NO ☐

“SI” pase pregunta 15, “NO” pase pregunta 16

19. Que tratamiento les da a los desechos peligrosos que genera

- A. Se canalizan a la basura ☐
- B. Se depositan en rellenos ☐
- C. Se canalizan a empresas especializadas que les dan tratamiento especial ☐

20. Que tratamiento les da a los desechos no peligrosos

- A. Se canalizan a la basura ☐
- B. Los reciclables se separan y canalizan a empresas especializadas ☐

21. Que actividades realiza su empresa para contribuir a la conservación del medio ambiente

- A. No se realiza ninguna acción ☐
- B. Se implementan procesos productivos tendientes a reducir el impacto negativo ☐
- C. Se procura la utilización de insumos ecológicos ☐
- D. Se realizan campañas en pro de la protección del medio ambiente Se participa en campañas que organizan las autoridades u otras instituciones ☐
- E. Se participa en campañas que organizan las autoridades u otras instituciones ☐

22. ¿Que busca su empresa al realizar acciones de responsabilidad social?

- A. Generar orgullo y alto sentido de identidad en trabajadores y directivos de la empresa ☐
- B. Obtener mayor prestigio para su empresa ante la comunidad ☐
- C. Ambas ☐

23. ¿Qué tipo de recursos utiliza su empresa para ejercer acciones de responsabilidad social?

Instrumento de recolección de datos. Pág. 6

- A. De las utilidades de la empresa ☐
- B. Del presupuesto de gastos elaborado en base a un plan de acción para este tipo de actividades ☐

24. Ha obtenido su empresa el Distintivo de “Empresa Socialmente Responsable” que otorga el Centro Mexicano ara la Filantropía, A.C. (CEMEFI)

- A. Si ☐
- B. No ☐

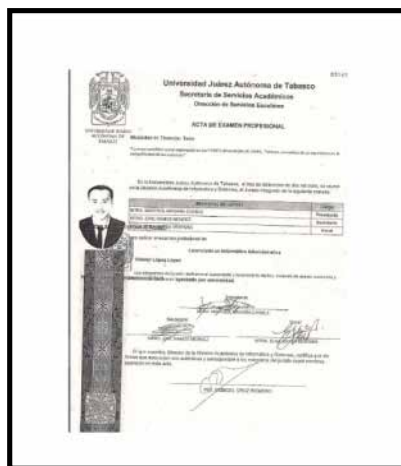
25. ¿Cuál fue su rango de ventas obtenido en el año anterior? (cantidades en miles de pesos)



- A. 0. o 5,000 ☐
- B. 5,001 a 10,000. ☐
- C. 10,001. a 15,000. ☐
- D. 15,001 a 20,000. ☐
- E. 20,001 a 25,000. ☐
- F. 25,001 a 30,000. ☐
- G. 30,001 O mayor ☐

GRACIAS POR SUS ATENCIONES

Anexo B. Evidencias del proyecto de investigación derivado de la presente tesis doctoral.

A continuación se anexan las evidencias relacionadas con el proyecto de investigación derivado de la tesis que presenta éste trabajo, del cual se hace referencia en la unidad V.



 UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO 
DIVISIÓN ACADÉMICA DE INFORMÁTICA Y SISTEMAS

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE LOS MUNICIPIOS DE CENTLA Y JONUTA DEL ESTADO DE TABASCO

Trabajo Recepcional bajo la modalidad de tesis que para obtener el grado de

Licenciado en Informática Administrativa

Presenta:

Nury Vinagre Gómez

Asesor:

**M.A. José Manuel Rodríguez Hernández
M.A. Elsa Rueda Ventura**

Cuerpo Académico:

Informática en las Organizaciones

LGAC: Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento

Cunduacán, Tabasco Noviembre 2008

 Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Secretaría de Servicios Académicos
Dirección de Servicios Escolares

031464

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

Modalidad de Titulación: Tesis

"Análisis de la situación actual de la responsabilidad social empresarial en las pequeñas y medianas empresas de los municipios de Centla y Jonuta del estado de Tabasco"

En la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, el cinco de diciembre de dos mil ocho, se reunió en la División Académica de Informática y Sistemas, el Jurado Integrado de la siguiente manera:

Miembros del Jurado	Cargo
MTRO. GERARDO ARCELO MOHENO	Presidente
MTRO. ERIC RAMOS MENDEZ	Secretario
MTRA. MARBELLA ARACELI GÓMEZ LEMUS	Vocal

Se aplicó el examen profesional de

Licenciado en Informática Administrativa

Nury Vinagre Gómez

El Jurado Integrado se reunió en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, el cinco de diciembre de dos mil ocho, para evaluar el trabajo recepcional de Nury Vinagre Gómez, el cual consistió en el análisis de la situación actual de la responsabilidad social empresarial en las pequeñas y medianas empresas de los municipios de Centla y Jonuta del estado de Tabasco. Después de haber leído y discutido el trabajo, el Jurado Integrado declaró aprobado por unanimidad.



Presidente
MTRO. GERARDO ARCELO MOHENO

Secretario
MTRO. ERIC RAMOS MENDEZ

Vocal
MTRA. MARBELLA ARACELI GÓMEZ LEMUS

El que suscribe, Director de la División Académica de Informática y Sistemas, certifica que las firmas que anteceden son auténticas y corresponden a los miembros del jurado cuyos nombres aparecen en esta acta.

ING. RUBICEL CRUZ ROMERO

 UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO 
DIVISIÓN ACADÉMICA DE INFORMÁTICA Y SISTEMAS 11111000011

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS Pymes
DEL MUNICIPIO DE CÁRDENAS, TABASCO: UN ANÁLISIS
DE SU IMPORTANCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS.**

Trabajo recepcional bajo la modalidad de Tesis
Que para obtener el grado de

Licenciado en Informática Administrativa

Presenta

**Gabriela Casango Cortazar
Mariana Posada Mena**

Asesora

M.C. Marbella Araceli Gómez Lemus

Cuerpo Académico:


Informática en las Organizaciones

Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento:

Informática y Gestión Empresarial

Cunduacán, Tabasco. Enero 2009


031939



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Secretaría de Servicios Académicos

División de Servicios Escolares



ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

Modalidad de Titulación: Teis

La responsabilidad por el presente acta es de los PARES del material en Certámenes, Tabacos en su totalidad de la inscripción en el certamen de los exámenes

En la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, el día cinco de febrero de dos mil noventa, se reunió en la División Académica de Informática y Sistemas, el Jurado Integrado de la siguiente manera:


Nombre del Jurado	Cargo
MR. MARCELO CAMARERO GARCIA	Presidente
MR. CAROLINA PEREZ ACOSTA	Examinador
MR. LEONARDO GOMEZ CARRELL	Vocal


Se aplicó el examen profesional de:


Licenciado en Informática Administrativa


Alumno: Cesario Cortez,

Los miembros del jurado aplicaron a la sustentante y formularon la siguiente, después de haber revisado y aprobado el examen aprobado por unanimidad.



 MTRA. MARCELO CAMARERO GARCIA
 Secretario


 MTRA. LEONOR GOMEZ CARRELL
 Vocal


 MTRA. CAROLINA PEREZ ACOSTA


 MTRA. LEONOR GOMEZ CARRELL

El que suscribe, Director de la División Académica de Informática y Sistemas, certifica que los datos que sustentan son verídicos y corresponden a los datos de los datos cuyos nombres aparecen en esta acta.


 MTRA. SUSCE CRUZ ROMERO

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE
TABASCO

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Secretaría de Servicios Académicos
Dirección de Servicios Escolares

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL.

Modalidad de Titulación: Tests

La responsabilidad social empresarial en las PYMES del municipio de Cardenas, Tabasco, un análisis de su importancia en la competitividad de las empresas*

En la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, el dieciocho de febrero de dos mil nueve, se reunió en la División Académica de Informática y Sistemas, el Jurado integrado de la siguiente manera:

Miembros del Jurado		Cargo
MTRA. ELGA RUEDA VENTURA		Presidente
MTRA. CANDILARA PÉREZ ACOSTA		Secretario
MRO. JOSE MANUEL RODRIGUEZ HERNANDEZ		Vocal

Para aplicar el examen profesional se

Licenció en Informática Administrativa

M. Mariana Posada Mesa

Por lo tanto, el Jurado replicó e el sustantivo y terminada la réplica, después de debatir reservada y libremente, la declararon aprobada por unanimidad.

Secretario

MTRA. ELGA RUEDA VENTURA

[Firma]

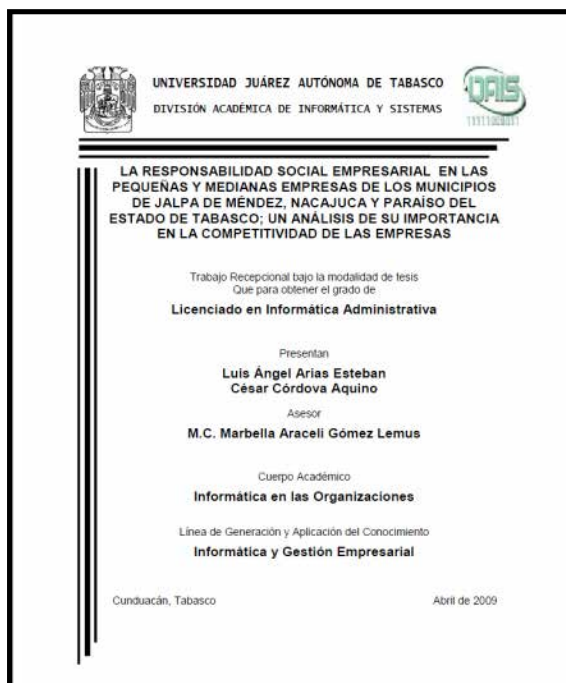
Vocal

MTRA. CANDILARA PÉREZ ACOSTA


MRO. JOSE MANUEL RODRIGUEZ HERNANDEZ

El que suscribe, Director de la División Académica de Informática y Sistemas, certifica que las firmas que anteceden son auténticas y corresponden a los miembros del jurado cuyos nombres aparecen en esta acta.

ING. RICHEL CRUZ ROMERO








UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE INFORMÁTICA Y SISTEMAS



**ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE LOS
MUNICIPIOS DE TEAPA Y TACOTALPA DEL ESTADO DE TABASCO.**
Trabajo recepcional bajo la modalidad de tesis
Que para obtener el grado de
Licenciado en Informática Administrativa

Presenta
Aurora de la Cruz Hernández
Asesor
**M. en N. José Trinidad Acosta de la Cruz
Dr. Gerardo Arceo Moheno**

Cunduacán, Tabasco.Septiembre del 2009



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Secretaría de Servicios Académicos
Dirección de Servicios Escolares

034104

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
Modalidad de Titulación: Tesis
"Análisis de la situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas de los municipios de Teapa y Tacotalpa del estado de Tabasco"


En la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, el diecinueve de octubre de dos mil nueve, se reunió en la División Académica de Informática y Sistemas, el Jurado integrado de la siguiente manera:

Membros del Jurado	
MTRA. MARBELLA ARACELI GÓMEZ LEMUS	Presidente
MTRA. DOYIS CRISTAL GÓMEZ CARRILLO	Secretario
MTRO. JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ HERNÁNDEZ	Vocal

Se aplicó el examen profesional de
Licenciado en Informática Administrativa
Aurora de la Cruz Hernández

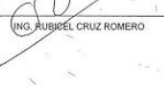
Los integrantes del jurado replicaron a la sustentante y terminada la réplica, después de debatir reservada y libremente, la declararon aprobada por unanimidad.



MTRA. MARBELLA ARACELI GÓMEZ LEMUS
Secretario


MTRA. DOYIS CRISTAL GÓMEZ CARRILLO
Secretario


MTRO. JOSÉ MANUEL RODRÍGUEZ HERNÁNDEZ
Vocal


El que suscribe, Director de la División Académica de Informática y Sistemas, certifica que las firmas que anteceden son auténticas y corresponden a los miembros del jurado cuyos nombres aparecen en esta acta.


ING. RUBIEL CRUZ ROMERO



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE INFORMÁTICA Y SISTEMAS



ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL MUNICIPIO DE COMALCALCO DEL ESTADO DE TABASCO.

Trabajo recepcional bajo la modalidad de Tesis
Que para obtener el grado de
Licenciado en Informática Administrativa


Presenta:
Ezequiel Hernández Reyes

Asesoras:
M.C. Marbella Araceli Gómez Lemus
M.A. Candelaria Pérez Acosta

Cuerpo Académico:
Informática en las Organizaciones

Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento:
Informática y Gestión empresarial

Cunduacán, Tabasco Octubre de 2009



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Secretaría de Servicios Académicos

Dirección de Servicios Escolares

034111

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

Modalidad de Titulación: Tesis


"Análisis de la situación actual de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de las Pequeñas y Medianas Empresas del Municipio de Comalcalco del Estado de Tabasco"


En la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, el veintiocho de octubre de dos mil nueve, se reunió en la División Académica de Informática y Sistemas, el Jurado integrado de la siguiente manera:

Miembros del Jurado	Cargo
LIC. TRINIDAD ZAPATA ALONSO	Presidente
MTRO. JOSÉ TRINIDAD AGOSTA DE LA CRUZ	Secretario
MTRA. DORIS CRISTAL GÓMEZ CARRILLO	Vocal

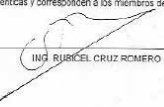
Se aplicó el examen profesional de
Licenciado en Informática Administrativa
de **Ezequiel Hernández Reyes**

Los integrantes del jurado realizaron el sustentante y terminada la sesión, después de debatir reservada y libremente, se pronunciaron **aprobado por unanimidad**.


Vocal
 LIC. TRINIDAD ZAPATA ALONSO


Vocal
 MTRO. JOSÉ TRINIDAD AGOSTA DE LA CRUZ MTRA. DORIS CRISTAL GÓMEZ CARRILLO

El que suscribe, Director de la División Académica de Informática y Sistemas, certifica que las firmas que anteceden son auténticas y corresponden a los miembros del jurado cuyos nombres aparecen en esta acta.


 ING. RUBICEL CRUZ ROMERO



Trabajo recepcional bajo la modalidad de Tesis
Que para obtener el grado de
Licenciado en Informática Administrativa

Presentan como Proyecto de titulación:
Alejandra del Carmen Solís Guzmán
Alma de Jesús García Sánchez

Asesores:
M.A. María del Carmen Vázquez García
M.A. Doris Crystal Gómez Carrillo

Cuerpo Académico:
Informática en las Organizaciones
Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento:
Informática y gestión empresarial

Cunduacán, Tabasco

Marzo de 2010



036049

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

Modalidad de Titulación: Tesis

"Análisis de la situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas de Humahuachi, Tucumán"

En la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, el veinticinco de marzo de dos mil diez, se

Miembros del Jurado	Cargo
UTRA, MARBELLA ARACELI GOMEZ LEULUS	Presidente
UTRA, CANCELARIA PEREZ ACOSTA	Secretario
UTRO, ERIC RAMOS MENDEZ	Vocal

para aplicar el examen profesional de

Licenciado en Informática Administrativa

Alejandra del Carmen Solís Guzmán

Los integrantes del jurado replicaron a la sustentante y terminada la réplica, después de debatir reservada y documentada, la declararon **aprobada por unanimidad**.

President _____

MTRA. NARBELLA ARCELO GOMEZ LEMUS

MTRA. CANDELARIA PÉREZ AGOSTA

MTRD. ERIC RAMOS MENDOZA

El que suscribe, Director de la División Académica de Informática y Sistemas, certifica que las firmas que anteceden son auténticas y corresponden a los miembros del jurado cuyos nombres aparecen en este acto.

ING. RUBÉN CRUZ ROMERO



1000

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

Modalidad de Titulación: Tesis

"Análisis de la situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas de Humanguillo, Tabasco"

En la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, el veinticinco de marzo de dos mil diez, se reunió en la División Académica de Informática y Sistemas, el Jurado integrado de la siguiente manera:

Miembros del Jurado	Cargo
MTRA. ELSA RUEDA VENTURA	President
MTRA. MARBELLA ARACELI GOMEZ LEMUS	Secretaria
INDRO C. RIVERA	Vocal

para aplicar el examen profesional de

Licenciado en Informática Administrativa

Alma de Jesús García Sánchez

Los integrantes del jurado replicaron a la sustentante y terminó la réplica, después de debatir reservado y libremente, la declararon **aprobada por unanimidad**.

Presidente: *Bill A.*

Secretan

117

—

MTRA. MARBELL A. RACEL GONZALEZ LEMUS

MTCO 105E 3/19/86

—El que suscribe, Director de la División Académica de Informática y Sistemas, certifica que las firmas que anteceden son auténticas y corresponden a los miembros del jurado cuyos nombres aparecen en esta lista.

OSU ✓





Tesis Doctoral

"Ética y Responsabilidad Social: elementos para fortalecer el prestigio de la empresa y su permanencia en el mercado"
Marbella Araceli Gómez Lemus



Tesis Doctoral

"Ética y Responsabilidad Social: elementos para fortalecer el prestigio de la empresa y su permanencia en el mercado"

Marbella Araceli Gómez Lemus

Semana de Divulgación y Video Científico 03 al 07 de Noviembre de 2008	
Índice	
División Académica de Ciencias Agropecuarias	
Presente / Ponencia	Página
Actividad antituberculosa de ciruela <i>Spondias purpurea</i> y papeete <i>Psidium guineense</i>	1
M.A. Judith Espinosa Moreno, M.C. Dora Contreras Velázquez, L.A.A. Bertha Lázaro López, I.A.A. José Alejandro Vera Martínez y B.O. Jaime Cisneros Camacho	
Producción in Vitro de Embiones, bajo un sistema de incubación alternativa	7
Dr. Gerardo Cuevas Arango Dr. Roberto Flores Ballo, M.C. Julia Aranda Aguilar, Gabriela M.C. María Magdalena García Rodríguez y Dr. María Elena Álvarez Méndez	
Acaptación sensorial de brócoli cortados de origen tropical mínimamente procesados	16
M.C. Angélica Alejandra Ochoa Flores, M.C. José Eduardo Pérez Navarro y M.C. Inés Alfaro Hernández Becerra	
Análisis económico de la sustitución de grasas por aceites de palma en una dieta de Baniwaga en crecimiento	22
M.C. Alma Catalina Berumen Alvarado, Dr. Carlos Luis Palmares, M.C. Elías Santamaría Muñoz, Dr. Armando Gómez Velasco y M.C. Osvaldo Márquez Torres Chabli	
Evaluación económica de la engorda de cerdos en el trópico	28
M.C. Alma Catalina Berumen Alvarado, M.M. Gerardo Guillermo Vera y Cuapimera, M.C. Raúl Mauricio Maldonado García, M.C. Elías Santamaría Torres Chabli, José del Carmen Morales Nolasco	
Fertilizantes y oportunidades del programa ambiental para el desarrollo sustentable de la Universidad Pública del Estado de Tabasco	34
Dr. Julio Aguilar-Morales, Dr. Eduardo J. López Hernández, Sr. Roberto A. Príncipe Álvarez y Dr. Guadalupe Martínez Moreno	
Producción de leche y cambio de peso corporal de vacas lecheras inducidas a lactar con dos fuentes de progesterona y aplicación de sonografía durante la lactancia en el trópico	40
Dr. Carlos Luis Palmares, M.C. Julia Aranda Aguilar, Gabriela, Dr. Alejandro Vilch-Gómez, M.V.Z. Alfonso Pérez Mora y M.V.Z. Jorge Priego Noguera	
Semana de Divulgación y Video Científico 2008	

Caracterización de aprendizaje identificadas en estudiantes de la Licenciatura en Ingeniería de la División Académica de Ingeniería y Arquitectura	726
M. C. Estela Rodríguez Cortés, M.C. Otilia Domínguez Pérez, M.C. Ana del Rocio Pardo Tello y M.C. Ernesto Alonso Rodríguez Magaña	
Software Educativo para la solución a modelos de programación lineal	729
M.A.C. Juan Luis Barrios Hernández, M.C. Víctor Javier Torres Lazo de la Vega y M.C. Emmanuel Márquez Salazar	
Obtención de compuestos de polifenoles totales reducidos químicamente y enriquecidos con antioxidantes	726
Dr. Angélica Siment (cop. Rodríguez), Dr. Pío Siment Gálvez, Dra. Laura Lorena Díaz Flores, M.C. Miguel Ángel Hernández Berra y Dr. José Manuel Vázquez Rodríguez	
Control atmosférico del agua pluvial en Candelaria, Tabasco	731
Dr. Efraín del Riego Gómez, Dr. Rafael Vázquez Ceballos, Dra. Tere María Pita Márquez, Est. Felipe López Gómez y Est. Juan José Rufo de León Romero	
División Académica de Informática y Sistemas	
Presente / Ponencia	Página
Videojuegos y aprendizaje: Análisis sobre el uso de videojuegos como materiales de aprendizaje significativo	737
MFE. Oscar Alberto González González, M.C. Francisco Antonio Velasco Magaña, Dr. Eduardo Ochoa Gutiérrez, Dra. Josefina Velasco y Dra. Claudia Pardo Pérez	
La cultura informática en los pequeños y medianos negocios del municipio de H. Candelaria, Tabasco	743
M.A. Est. Ramiro Méndez, M.A. Elsa Rueda Ventura, M.A. Doris Olaya Gómez Cortés, Est. Rosalinda Juárez y Est. Rosa Sánchez Benítez	
Caracterización de redes cognitivas para mejorar la administración de procesos administrativos	748
Dr. María del Pilar Pardo Pardo y Est. Miguel Germán Estrada Galván	
Ética y Responsabilidad Social en un Mediano Empresa Fabriqueros	754
M.C. Marbella Araceli Gómez Lemus	
Semana de Divulgación y Video Científico 2008	



"Ética y Responsabilidad Social: elementos para fortalecer el prestigio de la empresa y su permanencia en el mercado"
Marbella Araceli Gómez Lemus

UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE INFORMÁTICA Y SISTEMAS

Sala Audiovisual del Edificio Y
28 de Septiembre al 02 de Octubre

LUNES 28 DE SEPTIEMBRE

Hora	Actividad
09:00-09:30	Ceremonia de inauguración
09:30-10:00	Lic. Gustavo Díaz Moreno, Dr. Gerardo Arceo Moheno, M.A. María del Carmen Vázquez García, MSc. María Enlila Magaña. <i>Desarrollo de una herramienta informática para la adquisición de bienes por medio de subasta electrónica a la internet</i>
10:30-11:00	Dr. Gerardo Arceo Moheno, M.A. María del Carmen Vázquez García, Est. Nelson Valencia Salvador, Est. Jacobed García Gómez. <i>Análisis de las innovaciones y las tecnologías de información en las pequeñas y medianas empresas del sector industrial de la Ciudad de Villahermosa</i>
11:00-11:30	MTE. Oscar Alberto González González, MASI. Arturo Corona Ferreira, ME. Francisco Feltoni Magaña, Lic. Eduardo Cuervo Gutiérrez, MSc. Laura Beatriz Vidal Turribiates, Yera Jilavet Molina Jiménez, Ana Claudia Prieto Pérez. <i>Videologías y aprendizaje significativo: un análisis exploratorio de las demandas de los usuarios de videologías en el cuarto año de educación básica</i>
11:30-12:00	M.N. José Trinidad Acosta de la Cruz, MSc. Manuel Villanueva Reyna, LIA. Lucio Jiménez Córdova. <i>El impacto del uso de los sistemas de información en el control automatizado de actividades médicas de un Centro de Salud</i>

MARTES 29 DE SEPTIEMBRE

Hora	Actividad
09:00-09:30	MTE. Juan de Dios González Torres, M.C. Marbella A. Gómez Lemus, LIA. Nury Gabriela Pérez Alejandro, LIA. Isdra Hernández Cominquet. <i>El software didáctico: una herramienta de apoyo en el proceso de aprendizaje para niñas con debilidad visual</i>
09:30-10:00	MTE. Rubén Jerónimo Yedra, NICE. Wendy Marilide Santiago León, Christian Suárez Ovando, Neftalí Jiménez Lázaro. <i>Fomentando la lectura en la materia de español, en niñas que cursan el 5º grado de primaria, mediante una herramienta multimedia</i>
10:30-11:00	M.C. Marbella Araceli Gómez Lemus, M.A. Candelaria Pérez Acosta, M.A. Elsa Rueda Ventura, M.A. Doris Crystal Gómez Carrillo, M.C. Ernesto Alonso Rodríguez Maguel, Pas. Ezequiel Hernández Reyes, Est. Gilberto Soberano Salvador Hernández. <i>Una aproximación a la situación actual de Responsabilidad Social Empresarial de las pequeñas y medianas empresas del municipio de Comolacota, Tabasco</i>
11:00-11:30	M.N. Eric Ramos Méndez, MSc. José Hernández Torruco, Lic. Jessica García Aguirre. <i>Selección de personal a través de un sistema automatizado en tiendas departamentales del estado de Tabasco</i>

México C3.5002, abril 2009
A. Consejo de Universidades Mexicanas

P6-RSE

UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE INFORMÁTICA Y SISTEMAS

Sala Audiovisual del Edificio Y
28 de Septiembre al 02 de Octubre

MARTES 29 DE SEPTIEMBRE

Hora	Actividad
11:30-12:00	M.C. Pablo Páncaro García, Dr. Francisco Diego Acosta Escalante, Dr. Miguel Antonio Winer Ovando, LSC. Rosario Ray Martínez. <i>Identificación y captura automática mediante radio frecuencia (RFID) conforme a la Encriptación Network</i>
16:30-17:00	MSc. Laura Beatriz Vidal Turribiates, Aurora Patricia López Aquino, Gustavo Adolfo Chaires Rodríguez. <i>Análisis comparativo para determinar el método, metodología y métrica (3m's), adecuado al desarrollo de sistemas administrativos</i>
17:30-17:30	LSC. Rafael Mesa de la Rosa, M.A. Pablo Payán Campos, NICE. José Ángel Bautista García, M.A. Candelaria Pérez Acosta, MSc. Ricardo Gómez Crespo. <i>Aplicación de la innovación de tecnologías de la información en organizaciones sociales</i>
17:30-18:00	LIA. Martha Patricia Silva Payán, M.C. Guillermo de los Santos Torres, M.C. José Jaime Ronsón Contreras, LSC. Diana María Ruiz Escalante. <i>Diagnostico de los Servicios del Centro de Cómputo de la DAIS</i>

MIÉRCOLES 30 DE SEPTIEMBRE

Hora	Actividad
09:00-09:30	LSC. Genaro Alfonso Ramón Rodríguez, Dra. María del Pilar Pozos Parra, LIA. Carlos Mario Flores Lázaro. <i>Asignación de horarios universitario: un enfoque determinístico</i>
09:30-10:00	M.N. José Trinidad Acosta de la Cruz, Dr. Gerardo Arceo Moheno, M.N. Eric Ramos Méndez, M.A. José Manuel Rodríguez Hernández, Pas. Aurora de la Cruz Hernández. <i>Análisis de la situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas de los municipios de Teapa y Tecolapa del estado de Tabasco</i>
10:30-11:00	M.C. José Jaime Ronsón Contreras, MSc. Laura B. Vidal Turribiates, M.A. Freddy A. Morcillo Presenda, M.J. Víctor Lazo de la Vega, Est. Emmy E. Zapata Flores, Est. Karina Hernández Gómez, Est. Verónica García Hernández. <i>Análisis de cinco casos exitosos de proyectos informáticos realizados por alumnos en Tabasco en 2005</i>
11:30-11:30	M.N. Eric Ramos Méndez, M.A. Doris Crystal Gómez Carrillo, M.N. José Trinidad Acosta de la Cruz, M.A. Elsa Rueda Ventura, M.A. José Manuel Rodríguez Hernández. <i>Situación de la cultura informática en las pequeñas y medianas empresas de los municipios de Jalapa, Motozintla, Tuxtla y Teapa, del estado de Tabasco</i>

México C3.5002, abril 2009
A. Consejo de Universidades Mexicanas

P7-RSE

UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO
DIVISIÓN ACADÉMICA DE INFORMÁTICA Y SISTEMAS

Sala Audiovisual del Edificio Y
28 de Septiembre al 02 de Octubre

JUEVES 01 DE OCTUBRE

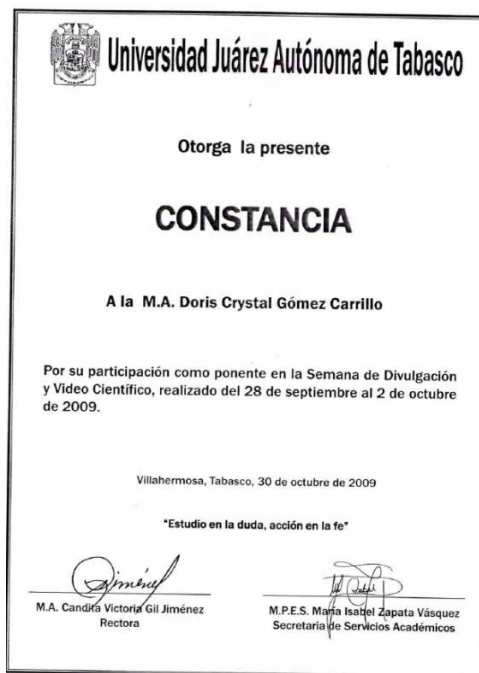
Hora	Actividad
09:30-09:30	MSc. Ricardo Gómez Crespo, M.C. Julián Javier Francisco León, MSc. Isaias Hernández Rivera, M.A. Pablo Payán Campos, MSc. Romero Alguín Jiménez. <i>Análisis a los archivos históricos de la C3.5002 en el periodo 2007 y 2008</i>
09:30-10:00	M.A. María del Carmen Vázquez García, M.C. Marbella Araceli Gómez Lemus, M.N. José Trinidad Acosta de la Cruz, LIA. César Córdova Aquino, LIA. Luis Ángel Arce Echebarría. <i>Iniciación de la Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES de Jalapa de Méndez, Nacajuaro y Parícuti</i>
17:30-17:30	LIA. Carlos Mario Flores Lázaro, LSC. Genaro Alfonso Ramón Rodríguez, Est. Emmanuel Antonio González Vázquez. <i>La importancia de las Estancias de Investigación y Movilidad Estudiantil</i>
17:30-18:00	Pas. José Julio Campos Romero, M.C. Guillermo de los Santos Torres, LIA. Martha Patricia Silva Payán. <i>Diseño de software para el mejoramiento de imágenes con filtros de dominio espacial</i>

VIERNES 02 DE OCTUBRE

Hora	Actividad
09:30-09:30	M.A. María del Carmen Vázquez García, Dr. Gerardo Arceo Moheno, M.A. Candelaria Pérez Acosta, Patricia Murillo Carballo, Guadalupe Gómez Sánchez. <i>Las tecnologías de información (TI) y las actividades de innovación en las PYMES de las zonas comercial y de servicios de la ciudad de Villahermosa</i>
09:30-10:00	MSc. María Alejandra Almeida Aguilar, M.C. Julián Javier Francisco León, MTE. Juan de Dios González Torres, LSC. Carlos Alberto Muñoz de la Cruz. <i>Análisis de la efectividad de la aplicabilidad de GRAPPLE como metodología base para el desarrollo de aplicaciones administrativas</i>

México C3.5002, abril 2009
A. Consejo de Universidades Mexicanas

P8-RSE



 **Universidad Juárez Autónoma de Tabasco**

Otorga la presente

CONSTANCIA

A Ezequiel Hernández Reyes


Por su participación como ponente en la Semana de Divulgación y Video Científico, realizado del 28 de septiembre al 2 de octubre de 2009.

Villahermosa, Tabasco, 30 de octubre de 2009

"Estudio en la duda, acción en la fe"


M.A. Candia Victoria Gil Jiménez
Rectora


M.P.E.S. María Isabel Zapata Vásquez
Secretaria de Servicios Académicos

 **Universidad Juárez Autónoma de Tabasco**

Otorga la presente

CONSTANCIA

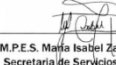
A Gilberto Soberano Salvador Hernández.

Por su participación como ponente en la Semana de Divulgación y Video Científico, realizado del 28 de septiembre al 2 de octubre de 2009.

Villahermosa, Tabasco, 30 de octubre de 2009

"Estudio en la duda, acción en la fe"


M.A. Candia Victoria Gil Jiménez
Rectora


M.P.E.S. María Isabel Zapata Vásquez
Secretaria de Servicios Académicos

 **Universidad Juárez Autónoma de Tabasco**

Otorga la presente

CONSTANCIA

Al Dr. Gerardo Arceo Moheno

Por su participación como ponente en la Semana de Divulgación y Video Científico, realizado del 28 de septiembre al 2 de octubre de 2009.

Villahermosa, Tabasco, 30 de octubre de 2009

"Estudio en la duda, acción en la fe"


M.A. Candia Victoria Gil Jiménez
Rectora


M.P.E.S. María Isabel Zapata Vásquez
Secretaria de Servicios Académicos

 **Universidad Juárez Autónoma de Tabasco**

Otorga la presente

CONSTANCIA

Al M.N. Eric Ramos Méndez

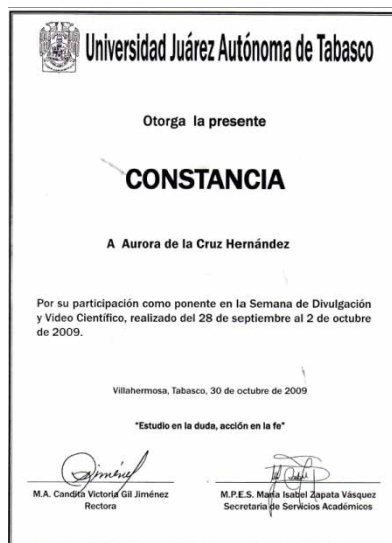
Por su participación como ponente en la Semana de Divulgación y Video Científico, realizado del 28 de septiembre al 2 de octubre de 2009.

Villahermosa, Tabasco, 30 de octubre de 2009

"Estudio en la duda, acción en la fe"


M.A. Candia Victoria Gil Jiménez
Rectora



M.P.E.S. María Isabel Zapata Vásquez
Secretaria de Servicios Académicos





UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO	
DIVISIÓN ACADÉMICA DE INFORMÁTICA Y SISTEMAS	
Sala Audiovisual del Edificio Y	
27 de Septiembre al 01 de Octubre	
2010	
TABASCO	
MARTES 28 DE SEPTIEMBRE	
Hora	Actividad
10:30-11:00	M.A. Eric Ramos Méndez, M.A. Doris Crystal Gómez Carillo, Est. Nadia Melissa Jiménez Sánchez, Est. Lucía López Hernández Exposición actual del comercio electrónico en las principales empresas industriales exportadoras de Villahermosa, Tabasco.
11:00-11:20	Dr. Gerardo Arco Malena, MTE. Rubén Jerónimo Yedra, Est. Oscar Alberto Andrade Baeza, Est. Julia Ocampo Trinidad, M.A. María del Carmen Vázquez García, M.A. Candelaria Pérez Acosta, M.C. Marbella A. Gómez Lemus, M.N. José Trinidad Acosta de la Cruz Estudio descriptivo de los procesos de gestión del conocimiento y las TIC en el entorno estudiantil de la División Académica de Ciencias Básicas.
11:20-11:40	M.A. José Trinidad Acosta de la Cruz, MTE. Laura López Díaz, MSc. Julio Humberto García Alvaraz, MSc. Erika Yunes Morales Mateos, M.A. Irene Sánchez Falcón, Est. Ofelia Romero Díaz, Est. Samuel de la Cruz Lara Importancia tecnológica y modernización institucional en un Centro de Rehabilitación y Educación Especial de Villahermosa, Tabasco a través de un Sistema de Información Administrativo
MIÉRCOLES 29 DE SEPTIEMBRE	
Hora	Actividad
09:00-09:20	M.C. José Adán Hernández Nolasco, Dr. Francisco Diego Acosta Escalante, M. en C. Pablo Páncaro García, Dr. Miguel Walter Ovando, Dr. Sabina Chávez Cerdas Sistemas de coordinación logística: fundamentos, implementación.
09:20-09:40	M.C. Marbella Araceli Gómez Lemus, M.A. Elsa Rueda Ventura, M. en N. Eric Ramos Méndez, M.A. Candelaria Pérez Acosta, M.A. María del Carmen Vázquez García, Est. Margarita Pérez González Una aproximación a la situación de RSE que prevalece en las PYMES de Cunduacán, Tabasco.
09:40-10:00	MSc. Arlene Corona Ferrerola, MTE. Oscar Alberto González González, MC. Carlos Arturo Custodio Izquierdo Factibilidad de uso de la plataforma Open Journal System para la administración de publicaciones científicas en la UAT.
17:00-17:30	LtJ. Martha Patricia Silva Payro, M.C. Guillermo de los Santos Torres, M.C. José Jaime Rosón Contreras, LSC. Diana María Ruiz Escalante Diagnóstico del Personal de apoyo que ofrece los Servicios del Centro de Cómputo de la División Académica de Informática y Sistemas.
17:30-18:00	Lic. Rafael Mena de la Rosa, M.A. Pablo Payro Campos, M.A. Candelaria Pérez Acosta, Lic. las Yedra Pérez Ojeda Innovación de tecnologías de la información para la CEH del Estado de Tabasco.

P10-RSE

 **Universidad Juárez Autónoma de Tabasco**

Otorga


CONSTANCIA

A la MC. Marbella Araceli Gómez Lemus


Por su participación como ponente en la Semana de Divulgación y Video Científico, realizada del 27 de septiembre al 1 de octubre del presente año.

Villahermosa, Tabasco, 30 de octubre de 2010.

Estudio en la duda, acción en la fe


 M.A. Capolita Victoria Gil Jiménez
 Rectora


 M.P.E.S. María Isabel Zapata Vásquez
 Secretaria de Servicios Académicos

 **Universidad Juárez Autónoma de Tabasco**

Otorga

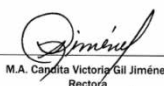
CONSTANCIA


A Margarita Pérez González

Por su participación como ponente en la Semana de Divulgación y Video Científico, realizada del 27 de septiembre al 1 de octubre del presente año.

Villahermosa, Tabasco, 30 de octubre de 2010.

Estudio en la duda, acción en la fe

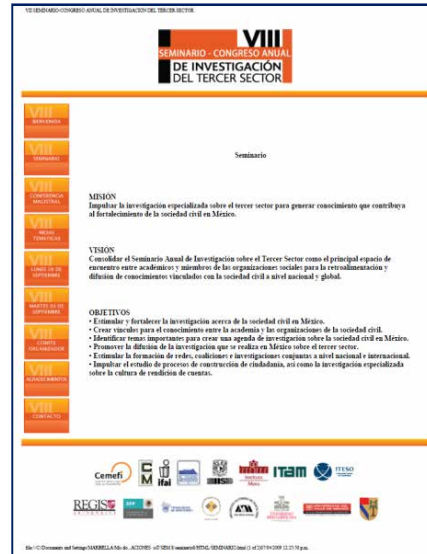

 M.A. Capolita Victoria Gil Jiménez
 Rectora


 M.P.E.S. María Isabel Zapata Vásquez
 Secretaria de Servicios Académicos

Tesis Doctoral

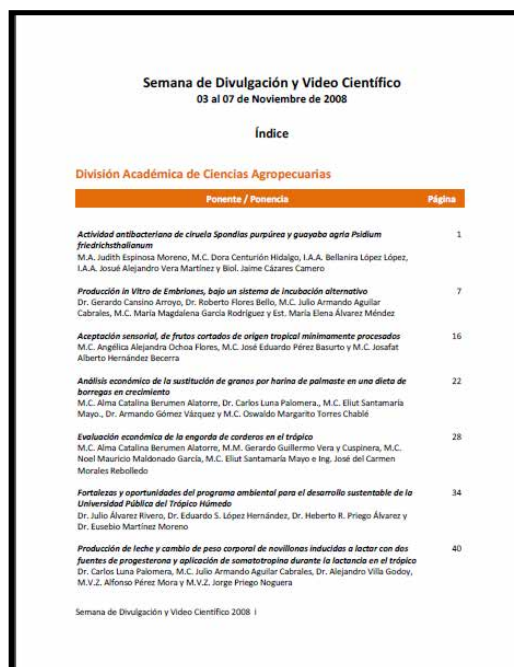
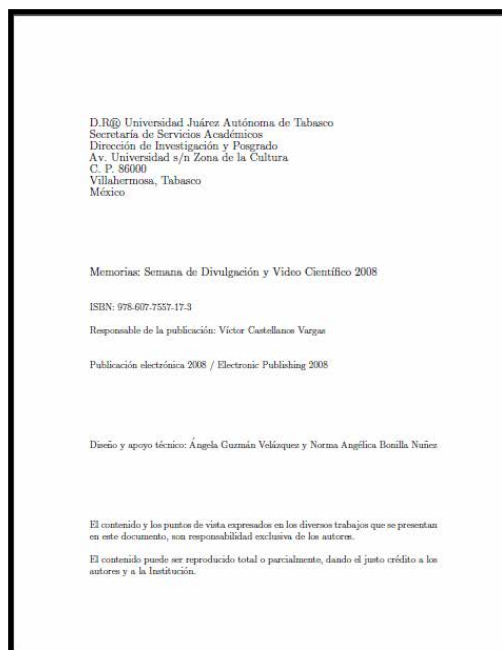
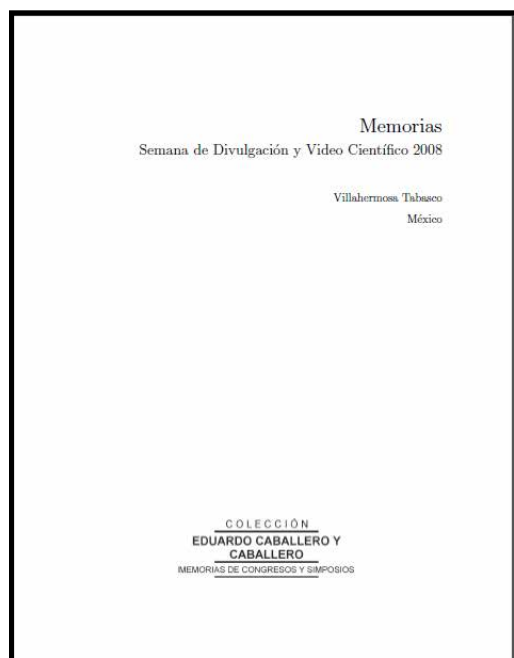
"Ética y Responsabilidad Social: elementos para fortalecer el prestigio de la empresa y su permanencia en el mercado"

Marbella Araceli Gómez Lemus



"Ética y Responsabilidad Social: elementos para fortalecer el prestigio de la empresa y su permanencia en el mercado"
Marbella Araceli Gómez Lemus





"Ética y Responsabilidad Social: elementos para fortalecer el prestigio de la empresa y su permanencia en el mercado"

Marbella Araceli Gómez Lemus

Síntesis y caracterización de fibras de nanocompuestos de nylon 6/arcilla obtenidos por policondensación <i>in situ</i> . Est. José Manuel Burelo Torres, Dra. Angélica Silvestre López Rodríguez, Dr. Pío Sifuentes Gallardo, Dr. José Manuel Vázquez Rodríguez, M.C. María Antonia Lameguez Rocha, M.C. Francisco Rogelio Rojas Zenteno.	571
Análisis de ventilación al interior de espacios cubiertos con bóvedas y cúpulas. M. en Arq. Haydee Pérez Castro, M. en Arq. Jorge Flores González y M. A. Claudia Ponce Sánchez.	576
Películas de polímeros conductores para el aprovechamiento de energía solar. Est. Silvia del Carmen Madrigal Díaz, Dra. Laura Lorena Díaz Flores, M.S. I. Alva del Río del Palido Tzuc, M.C.E. Delbora Domínguez Pérez, M.C. Mario Eugenio Ojeda Morales, M.C.E. Franklin Cruz Cruz.	579
Análisis del comportamiento de un motor de CD modelado y simulado a partir de sus ecuaciones de estado. M.C. Rita Javier Rodríguez Lozoya, M.C. Manuel González Solano, M.I. Julio César Ramírez Hernández.	582
Determinación de parámetros filigráficos de la cuenca del Río Tacotalpa con sistema de información geográfica. Ing. Francisco Magaña Hernández, M.I. Leonardo Alejandro Quiroga, M.I. Enrique Campos Campos.	588
Mediciones experimentales de viscosidades en mezclas binarias. Ing. Arturo Adolfo Cárdenas Leyva, Dr. Juan Barajas Hernández, Dr. Alejandro Estrada Salazar, M.C. María de los Angeles Ojeda Acosta.	592
Análisis térmico del comportamiento crítico de mezclas ternarias de n-álcanos y agua. Dr. Juan Barajas Hernández, Dr. Giovanni Bú González, M.C. María de los Angeles Ojeda Acosta, Dr. José Guadalupe Fabián Rivera Truján, Ing. Yuridia Evelyn Hernández Cardillo, Ing. Ene Dayla Balcón Lorenzo.	595
División Académica de Informática y Sistemas	
Ponente / Ponencia	Página
Desarrollo de una herramienta informática para la adquisición de bienes por medio de subasta electrónica a la inversa. Lic. Gustavo Díaz Moreno, Dr. Gerardo Arceo Moheno, M.A. María del Carmen Vázquez García, M.S.I. María Estela Magaña.	599
Semana de Divulgación y Video Científico 2009	
Análisis comparativo para determinar el método, metodología y métrica (Bm), adecuado al desarrollo de sistemas administrativos. M.I.S. Laura Beatriz Vidal Turribiates, Aurora Patricia López Aquino, Gustavo Adolfo Chaires Rodríguez.	641
Aplicación de la innovación de tecnologías de la información en organizaciones sociales. L.S.C. Rafael Mesa de la Rosa, M.A. Pablo Payán Campos, M.C.E. José Ángel Bautista García, M.A. Candelaria Pérez Acosta, M.I.S. Ricardo Gómez Orozco.	646
Diagnóstico de los Servicios del Centro de Cómputo de la DASS. L.I.A. Martha Patricia Silva Payán, M.C. Guillermo de los Santos Torres, M.C. José Jaime Ronzón Contreras, L.S.C. Diana María Ruiz Escalante.	650
Asignación de horarios universitarios: un enfoque determinístico. L.S.C. Genaro Alfonso Ramián Rodríguez, Dra. María del Pilar Pozos Parra, L.A. Carlos Mario Flores Lizama.	655
Análisis de la situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas de los municipios de Teapa y Tacotalpa del estado de Tabasco. M.N. José Trinidad Acosta de la Cruz, Dr. Gerardo Arceo Moheno, M.N. Eric Ramos Méndez, M.A. José Manuel Rodríguez Hernández, Pao. Aurora de la Cruz Hernández.	662
Análisis de cinco casos exitosos de proyectos informáticos realizados por alumnos en Tabasco en 2005. M.C. José Jaime Ronzón Contreras, M.I.S. Laura Beatriz Vidal Turribiates, M.A. Freddy Alberto Morcillo Pineda, M.I. Hector Leonardo de la Vega, Est. Emmy E. Zapata Flores, Est. Karina Hernández Gómez, Est. Verónica García Hernández.	666
Evaluación de la cultura informática en las pequeñas y medianas empresas de los municipios de Jalapa, Misamisapa, Tacotalpa y Teapa, del estado de Tabasco. Eric Ramos Méndez, M.A. Doris Crystal Gómez Carrillo, M.N. José Trinidad Acosta de la Cruz, M.A. Elsa Rueda Ventura, M.A. José Manuel Rodríguez Hernández.	672
Análisis a los archivos históricos de la CEM en el periodo 2007 y 2008. M.I.S. Ricardo Gómez Orozco, M.C. Julián Javier Francisco León, M.I.S. Isaias Hernández Rivera, M.A. Pablo Payán Campos, M.I.S. Homero Alpuín Jiménez.	677
Incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial en las PyMES de Jalpa de Méndez, Nacajuca y Peratzen. M.A. María del Carmen Vázquez García, M.C. Marbella Araceli Gómez Lemus, M.N. José Trinidad Acosta de la Cruz, L.I.A. César Córdova Aguino, L.I.A. Luis Ángel Arías Esteban.	681
Semana de Divulgación y Video Científico 2009	
Análisis de la innovación y las tecnologías de información en las pequeñas y medianas empresas del sector industrial de la Ciudad de Villahermosa. Dr. Gerardo Arceo Moheno, M.A. María del Carmen Vázquez García, Est. Nelson Valencia Salvador, Est. Isabella García Gómez.	604
Videojuegos y aprendizaje significativo: un análisis exploratorio de las demandas de los usuarios de videojuegos en el cuarto año de educación básica. M.T.E. Oscar Alberto González González, M.A.S.I. Arturo Corona Ferreira, M.E. Francisco Falconi Magaña, Lic. Eduardo Cruces Gutiérrez, M.I.S. Laura Beatriz Vidal Turribiates, Yara Jilavet Molina Jiménez, Ana Claudia Prieto Pérez.	609
El impacto del uso de los sistemas de información en el control automatizado de actividades médicas de un Centro de Salud. M.N. José Trinidad Acosta de la Cruz, M.I.S. Manuel Villanueva Reyna, L.I.A. Lucía Jiménez Córdova.	615
El software didáctico: una herramienta de apoyo en el proceso de aprendizaje para niños con discapacidad visual. M.T.E. Juan de Dios González Torres, M.C. Marbella A. Gómez Lemus, L.I.A. Nury Gabriela Pérez Alejandro, L.I.A. Isidro Hernández Domínguez.	619
Fomentando la lectura en la materia de español, en niños que cursan el 5º grado de primaria, mediante una herramienta multimedia. M.T.E. Rubén Jerónimo Yedra, M.C.E. Wandi Maribel Santiago León, Christian Suárez Ovando, Nathali Jaramas Lizama.	623
Una aproximación a la situación actual de Responsabilidad Social Empresarial de las pequeñas y medianas empresas del municipio de Comalcalco, Tabasco. M.C. Marbella Araceli Gómez Lemus, M.A. Candelaria Pérez Acosta, M.A. Elsa Rueda Ventura, M.A. Doris Crystal Gómez Carrillo, M.C. Ernesto Alonso Rodríguez Maguel, Pao. Esquivel Hernández Reyes, Est. Gilberto Soberano Salvador Hernández.	628
Selección de personal a través de un sistema automatizado en bandos departamentales del estado de Tabasco. M.N. Eric Ramos Méndez, M.I.S. José Hernández Torrico, Lic. Jessica García Aguirre, Lic. José Román Germán Pineda.	632
Identificación y captura automática mediante radio frecuencia (RFID) conforme a la Epcglobal Network. M.C. Pablo Páez García, Dr. Francisco Diego Acosta Escalante, Dr. Miguel Antonio Wister Ovando, L.S.C. Rosario May Martínez.	636
Semana de Divulgación y Video Científico 2009	
Obtención de compuestos de polietileno tereftalato reciclado químicamente y entrecruzado con pentaeritritol. Dra. Angélica Silvestre López Rodríguez, Dr. Pío Sifuentes Gallardo, Dra. Laura Lorena Díaz Flores, M.C. Miguel Ángel Hernández Rivera y Dr. José Manuel Vázquez Rodríguez.	710
Corrosión atmosférica del acero galvanizado en Cuauclutlán, Tabasco. Dra. Ebelia del Angel Meraz, Dr. Richard Falconi Calderón, Dra. Dora María Frías Márquez, Est. Felipe López Gómez y Est. Juan José Rueda de León Romero.	715
División Académica de Informática y Sistemas	
Ponente / Ponencia	Página
Videojuegos y aprendizaje: Análisis sobre el uso de videojuegos como materiales de aprendizaje significativo. MTE. Oscar Alberto González González, M.E. Francisco Antonio Falconi Magaña, Lic. Eduardo Cruces Gutiérrez, Yara Jilavet Molina Jiménez y Ana Claudia Prieto Pérez.	721
La cultura informática en las pequeñas y medianas empresas del municipio de H. Cárdenas, Tabasco. M.N. Eric Ramos Méndez, M.A. Elsa Rueda Ventura, M.A. Doris Crystal Gómez Carrillo, Est. Rosa López Juárez y Est. Rocío Sánchez Benito.	726
Coordinando robots cognitivos para modelar la automatización de procesos simultáneos. Dra. María del Pilar Pozos Parra y Est. Miguel Germán Córdova Cadenas.	731
Ética y Responsabilidad Social en las Medianas Empresas Tabasqueñas. M.C. Marbella Araceli Gómez Lemus.	736
Laboratorio de ingeniería bioinspirada: Implementación de un centro de innovación y desarrollo tecnológico en la DASS. Dr. Jorge Alberto Pardo Torres y M.S. Homero Alpuín Jiménez.	742
Aplicación didáctica multimedia para el aprendizaje bilingüe chontal-español de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's). MTE. Juan de Dios González Torres, Lázaro Torres Ceferino y LIA. Julieta Javier Magaña.	747
Semana de Divulgación y Video Científico 2008 xv	

"Ética y Responsabilidad Social: elementos para fortalecer el prestigio de la empresa y su permanencia en el mercado"

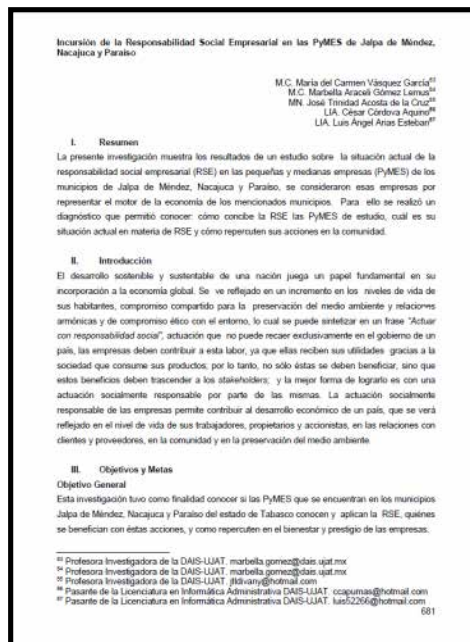
Marbella Araceli Gómez Lemus

<i>Análisis de la fusión de creencias y sus propiedades (Un enfoque sin medidas de distancia)</i>	753
Dra. María del Pilar Pozos Parra y M. en C. Verónica Borja Macías	
<i>Estudio sobre el comportamiento de Java en las plataformas Windows XP y MAC OS X usando un prototipo multimedia</i>	759
M. en C. Julián Javier Francisco León y LSC. Maribel López Almeida	
<i>Uso de las tecnologías de la información en las PYMES de los municipios de Comalcalco y Candelaria</i>	764
M.A. María del Carmen Vázquez García, M.C. Marbella Araceli Gómez Lemus y Edwin Fabián Hernández Pérez	
<i>La cultura informática en la PYME de los municipios de Centla y Jonuta</i>	770
M.C. Marbella Araceli Gómez Lemus, M.A. María del Carmen Vázquez García, Rosa Isabel Julián Domínguez y Guadalupe Pérez Jiménez	
<i>Ahorro de direcciones IP en la Red de datos UAT</i>	775
MIS. Ricardo Gómez Crespo, MIS. Isaias Hernández Rivera, LSC. Obed Castillejos Cruz y LSC. Nallín Hernández Méndez	
<i>Aprender en entornos virtuales, la enseñanza de las ciencias naturales</i>	781
MIS. Laura Beatriz Vidal Turribiates, LIA. Rigoberto Salvador Canabal y LIA. Abel Peraza Chan	
<i>Diseño de un sistema de gestión de calidad. Caso: Centro de Computo de la División Académica de Informática y Sistemas (CCDAIS)</i>	788
Lic. Martha Patricia Silva Payró, Guadalupe Hernández Pérez, Alfonso Acosta Tiquet y M. en C. Guillermo de los Santos Torres	
<i>La cultura informática en el Estado de Tabasco</i>	794
M.N. Eric Ramos Méndez, M.A. Elsa Rueda Ventura, M.A. María del Carmen Vázquez García, M.C. Marbella Araceli Gómez Lemus, M.A. Candelaria Pérez Acosta, M.A. Doris Crystal Gómez Carrillo, M.C. Ernesto Alonso Rodríguez Moquel, M.C. María de Lourdes Sánchez Guerrero	
Semana de Divulgación y Video Científico 2008 - XVI	

Ética y Responsabilidad Social en las Medianas Empresas Tabasqueñas.	
AUTOR	
M.C. Marbella Araceli Gómez Lemus ¹	
1. Resumen	
Diversos factores impulsan a las empresas a trabajar en entornos éticos y de responsabilidad social (RS): nuevas inquietudes y expectativas de ciudadanos, consumidores, inversores y gobiernos en el contexto de la globalización; el cambio industrial a gran escala; los criterios sociales que influyen cada vez más en las decisiones de inversión de personas e instituciones tanto en calidad de consumidores como de inversores; la preocupación creciente sobre el deterioro del medio ambiente, la transparencia de las actividades empresariales propiciada por las tecnologías de la información (TIC). De manera general los casos de estudio para la responsabilidad social empresarial (RSE) se han centrado en las grandes empresas y transnacionales, si bien es cierto que en todo tipo de empresas pública y privada, incluida la pequeña y mediana empresa, existen prácticas socialmente responsables. Igual situación se presenta en México, en donde poco o nada se ha estudiado de estas últimas, las cuales son el motor de la economía, por ello este trabajo se enfoca a la mediana empresa tabasqueña.	
2. Introducción	
La situación actual de ética que se presenta en las empresas pone de manifiesto el gran interés en estos aspectos, constantemente titulares de diarios presentan noticias de grandes escándalos que afectan el entorno financiero, ante este grave problema de corrupción que se presenta en casi todos los países del mundo con mayor o menor grado, es necesario hacer un replanteamiento de la función social de la empresa; las acciones corruptas en los negocios conllevan a los países a obtener grandes pérdidas y a deteriorar la calidad de vida de sus habitantes, asimismo diversos factores impulsan a las empresas a trabajar bajo un entorno de RS, como son: Las nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, inversores y gobiernos en el contexto de la globalización; el cambio industrial a gran escala; los criterios sociales que influyen cada vez más en las decisiones de inversión; la preocupación creciente sobre el deterioro del medio ambiente y la transparencia de las actividades empresariales propiciada por las TIC. De alguna manera estos acontecimientos ponen de manifiesto que la ética no puede ser una moda en la actividad económica y empresarial, sino una cualidad intrínseca, es necesario y primordial para la vida sana de los negocios que	
¹ Profesora Investigadora de la DAIS-UIAT. E-mail: marbella.gomez@daiss.uat.mx	
Semana de Divulgación y Video Científico 2008 - 736	

Una aproximación a la situación actual de Responsabilidad Social Empresarial de las pequeñas y medianas empresas del municipio de Comalcalco, Tabasco.	
M.C. Marbella Araceli Gómez Lemus ^{1*} M.A. Candelaria Pérez Acosta ¹ M.A. Elsa Rueda Ventura ¹ M.A. Doris Crystal Gómez Carrillo ¹ M.C. Ernesto Alonso Rodríguez Moquel ^{1*} Pasante de LIA, Ezequiel Hernández Reyes ^{2*} Estudiante Gilberto Soberano Salvador Hernández ^{2*}	
I. Resumen	
El objetivo de la investigación que se presenta fue realizar un diagnóstico de la situación de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que prevalece en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de Comalcalco, Tabasco; las PYMES son parte fundamental de la economía del Estado, en consecuencia la RSE tendrá influencia si se aborda como elemento clave que permita contribuir a fortalecer la competitividad de las PYMES asegurando su permanencia en el mercado, de tal forma que les permita la generación de empleos que contribuyan a elevar el nivel de vida de una sociedad.	
II. Introducción	
La RSE implementada como estrategia gerencial permite garantizar el éxito de una empresa, siendo necesario para ello integrar consideraciones sociales y medioambientales en sus actividades, que permitan aportar beneficios directos y garantizar la competitividad a largo plazo conservando el éxito económico, adquiriendo una buena reputación y ganando la confianza de los trabajadores y la comunidad. Para obtener el diagnóstico de la situación de RSE que prevalece en las PYMES objeto de estudio se recabó la información en base a cuatro campos: información general, beneficiados de las acciones de RSE, organización y protección al medio ambiente.	
III. Objetivos y Metas	
Objetivo General	
Realizar un diagnóstico para conocer la situación actual de RSE que prevalece en las PYMES de la cabecera municipal de Comalcalco, Tabasco, para efectuar un análisis que permita detectar quiénes se benefician de las acciones de RSE y cómo repercute en la empresa.	
Metas	
• Cuantificar las unidades que integran la población de estudio	
^{1*} Profesora Investigadora de la DAIS-UIAT. E-mail: marbella.gomez@daiss.uat.mx ; elsa.rueda@daiss.uat.mx ; doris.gomez@daiss.uat.mx	
^{2*} Profesora Investigadora DAIS-UIAT. E-mail: ernesto@daiss.uat.mx	
^{3*} Egresada de la Lic. En Informática Administrativa. E-mail: erosequiel@daiss.uat.mx	
^{4*} Estudiante de la Lic. En Informática Administrativa. E-mail: gilbert-soberano@daiss.uat.mx	
628	

Análisis de la situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas de los municipios de Teapa y Tacotalpa del estado de Tabasco.	
M.N. José Trinidad Acosta de la Cruz ^{1*} Dr. Gerardo Arceo Moherio ¹ M.N. Eric Ramos Méndez ¹ M.A. José Manuel Rodríguez Hernández ² Pasante LIA. Aurora de la Cruz Hernández ^{2*}	
I. Resumen	
La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el compromiso empresarial voluntario en bienestar de la sociedad y el cuidado del medio ambiente. Las empresas deben preocuparse por contribuir con iniciativas propias de responsabilidad en beneficio a la sociedad a la que pertenecen. El propósito de esta investigación fue conocer la situación actual de la RSE, que existe en las pequeñas y medianas empresas de las cabeceras municipales de Teapa y Tacotalpa del estado de Tabasco que corresponden al sector No. 5, las cuales cuentan con 56 empresas, 47 son pequeñas y 9 medianas. Esta investigación es de tipo descriptivo con un enfoque mixto ya que abarcó elementos cualitativos y cuantitativos, los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron el cuestionario y la observación. Hernández, R. (2006); para la elaboración del cuestionario se consultaron los Indicadores Ethos-Sebrae, de Responsabilidad Social Empresarial para micro y pequeña empresa. Ethos (2006); como herramienta para procesar y tabular la información se utilizó el software estadístico, SPSS. A través de este análisis se determinó que en las empresas de los municipios de estudio solo el 2.5% realiza acciones de RSE al considerarla como parte de sus actividades estratégicas beneficiando a la comunidad en general.	
II. Introducción	
Las empresas de hoy, están redefiniendo su rol en la sociedad, ya no se trata de cumplir solo con su función lucrativa, sino que las empresas privadas comienzan a considerar que su función económica es inseparable de sus obligaciones sociales. Esta investigación presenta el análisis de la Responsabilidad Social Empresarial de las PYMES, en dos cabeceras municipales del estado de Tabasco, Teapa y Tacotalpa, y así poder visualizar la situación actual de la responsabilidad social y medioambiental de las pequeñas y medianas empresas de estas cabeceras municipales. De acuerdo con Gómez (2003), la Comisión de las Comunidades Europeas considera la responsabilidad social empresarial como un concepto por el cual las compañías integran las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones de negocio y en su relación con los stakeholders (grupos afectados) en un fundamento voluntario. Por lo anterior el análisis se centra en identificar los conocimientos que en materia de RSE tienen las PYMES así como los compromisos y acciones que adquieren con la sociedad.	
^{1*} Profesora Investigadora de la División Académica de Informática y Sistemas de la UIAT.	
^{2*} Egresada de la Licenciatura en Informática Administrativa de la DAIS-UIAT.	
662	



APÉNDICES

Apéndice A. Empresas adheridas al Pacto Mundial en México al 2005

No.	EMPRESA	SECTOR
1	ABA Seguros, S.A.	Finanzas y seguros
2	Accor Servicios Empresariales, S.A. De C.V.	Servicios comerciales
3	Aceitera El Gallo, S.A. De C.V.	Otros: Aceitera
4	ACTIVARTE, A.C.	Internet y Comercio por internet, consultoría, comunicación y transporte. Servicios. Técnicos y profesionales. Equipos tecnológicos, telecomunicaciones.
5	Administradora Picsa, S.A. De C.V.	Construcción e ingeniería
6	ADO y Empresas Coordinadas, S.A. de C.V. (Región Caribe)	Transporte y almacenamiento
7	Agencia Aduanal K.N., S.C.	Comercio y distribución
8	Agencia Aduanal Rafael Pedraza Domínguez, S.C.	Servicios comerciales
9	Agencia de Cambio D'Cuco, S. A. de C.V.	Finanzas y seguros
10	Agrícola Tarriba, S. De R.L. De C.V.	Agricultura
11	Aguirre & Ramírez Consultores S.C.	Consultoría
12	AKADEMIE A.C.	Consultoría
13	Alfa, S.A. Y Subsidiarias	Conglomerados industriales
14	American Express Co. (México)	Finanzas y seguros
15	Análisis Clínicos de Oriente	Química
16	Arte y Decoración Floral Tíniké, S.A. De C.V.	Comercio y distribución
17	Asesores Grupo Omicron, S.A. de C.V.	Consultoría
18	Asociación de Agentes Aduanales del Aeropuerto de	Servicios técnicos y profesionales

No.	EMPRESA	SECTOR
	México, A.C.	
19	Asociación Mexicana de Empresas de Capital Humano, A.C.	Servicios Técnicos y Profesionales
20	Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles, A.C.	Finanzas y seguros
21	Asociación Mexicana para el Control de las Adicciones, A.C.	Otros: Sector Social
22	Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana, A.C.	Servicios Técnicos y Profesionales
23	Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C.	Servicios comerciales
24	Autobuses del Centro del Estado de Yucatán, S.A. De C.V.	Comunicaciones y transportes
25	Automotriz Cuicuilco, S.A. de C.V.	Automóviles y autopartes
26	Automotriz de Durango, S.A. de C.V.	Automóviles y autopartes
27	Autotransportes de Pasajeros Mérida Progreso, S.A. De C.V.	Comunicaciones y transportes
28	BASF Interservicios, S.A. de C.V.	Química
29	Basham, Ringe y Correa, S.C.	Servicios técnicos y profesionales y Prestación integral de servicios legales
30	Basham, Ringe y Correa, S.C.	Servicios técnicos y profesionales y Prestación integral de servicios legales
31	Beltrán Macías y Asociados, S.A. de C.V.	Finanzas y seguros
32	BP Exploration Mexico Limited	Química
33	Bravo Sinaloa, A.C.	Otros: Social
34	BSI Management Systems	Servicios técnicos y profesionales
35	Business Dimension Management de México, S.A. De C.V.	Consultoría
36	C.I.E.N. Consultores, S.C.	
37	Calibraciones Industriales del Puerto, S.A. De C.V.	Otros: Laboratorio de Metrología
38	Calibraciones Profesionales e Ingeniería S.A. De C.V. (CALPRO)	Servicios
39	Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México	Comercio y distribución

No.	EMPRESA	SECTOR
40	Cámara Nacional de Empresas de Consultoría	Consultoría
41	Campus Estado de México del Tecnológico de Monterrey	Educación
42	Capítulo Mexicano de La Cámara Internacional de Comercio, A.C.	Otros: Organización Empresarial
43	Casa Camejo, S. De R.L. De C.V.	Comercio y distribución
44	Casa Tomada, A.C.	Arte y Cultura
45	CEMEX S.A. De C.V.	Otros: Materiales de construcción
46	Central de Alarmas Bajalarm, S.R.L. De C.V.	Servicios técnicos y profesionales
47	Centro de Capacitación y Tecnología, S.C.P.	Otros: Servicio de Capacitación y Asesoría
48	Centro de Formación Cultural por la Familia y la Paz, A.C. (CEFORMA, A.C.)	Educación
49	Centro de Investigación Aduanera y de Comercio Internacional, A.C.	
50	Centro de Investigación Internacional del Trabajo CEINTRA, A.C.	Otros: Investigación, asesoría y capacitación en materia socio-laboral internacional
51	Centro de Negocios G1, S.A. De C.V.	Servicios técnicos y profesionales
52	Centro Empresarial de Ciudad Victoria, S.P.	Otros: Sindicato Patronal
53	Centro Empresarial de Mazatlán y del Sur de Sinaloa, S.P.	Comercio y distribución, Servicios técnicos y profesionales y Turismo
54	Centro Empresarial de Mérida (COPARMEX Mérida)	Otros: Sindicato Patronal
55	Centro Empresarial de Puebla, S.P.	Otros: Organismo no lucrativo
56	Centro Empresarial de Veracruz, S.P. (COPARMEX Veracruz)	Otros: Sindicato Patronal
57	Centro Interdisciplinario para el Manejo de Conflictos, A.C.	Otros: Manejo de conflictos
58	Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. (CEMEFI)	
59	Centro Nacional de Comunicación Social (CENCOS) A.C.	Otros: Atención de procesos de defensa y promoción de los derechos humanos
60	CGSTF, S.C.	Consultoría
61	Chemipack Internacional, S.A. De C.V.	

No.	EMPRESA	SECTOR
62	Children's Corporation	Educación
63	CINÉPOLIS	Otros: Entretenimiento, exhibición cinematográfica
64	Cittec México, S.A. de C.V.	Comercio y distribución
65	CMS Consultores	Otros: consultoría en comunicación y mercadotecnia social, responsabilidad social empresarial, fortalecimiento institucional para organizaciones sin fines de lucro
66	Comisión Federal de Electricidad, División Centro Sur	Empresas de servicio público
67	Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica, A.C.	Consultoría
68	Compañía Mexicana de Aviación	Aviación
69	Compufax, S.A. De C.V.	
70	Comunicaciones Radioteléfonicas Peninsulares, S.A. De C.V.	Telecomunicaciones
71	Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM)	Otros: Servicios técnicos y profesionales en materia aduanera y de comercio exterior
72	Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN)	Otros: Sector industrial que representa a todas las Cámaras de la Industrial Nacional
73	Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)	Otros: Sindicato Patronal
74	Confederación USEM	Otros: Servicios y capacitación del empresariado
75	Consejo Coordinador Empresarial	Otros: Foro del Sector Privado que facilita y gestiona la elaboración de políticas y lineamientos y estrategias que contribuyen al mejor desempeño económico, social y laboral de las empresas y del país en general
76	Consejo Coordinador Empresarial de Campeche, A.C.	Agricultura, servicios comerciales, comercio y distribución, construcción e ingeniería, bebidas y alimentos, consultoría, comunicaciones y transportes, bienes raíces y turismo
77	Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación	Empresas de servicio Público
78	Cooperativa La Cruz Azul, S.C.L.	Materiales para la Construcción
79	COPACHISA, S.A. de C.V.	Construcción e ingeniería

No.	EMPRESA	SECTOR
80	COPARMEX Estado de México, S.P.	Otros: Sector empresarial
81	Coparmex Hidalgo, S.P.	Otros: Empresas de todos tamaños y sectores
82	Coparmex Laguna, S.P.	Otros: Sindicato Patronal
83	COPARMEX Manzanillo	Otros: Sindicato Patronal
84	COPARMEX Nuevo León	Otros: Sindicato Patronal
85	Corporación Durango	Papel y Productos de Madera
86	Corporación Geo, S.A. De C.V.	Otros: Vivienda
87	Corporativo Enciso, S.C.	Otros: Servicios de comercio exterior
88	CUALLI, Consultores en Calidad y Certificación Laboral	Consultoría
89	Departamento de Ingeniería Ambiental de la Universidad Autónoma de Tamaulipas	Educación
90	Deport Femat Ochoa, S.A. de C.V.	Comercio y distribución
91	Desarrollo y Soluciones Estratégicas, S.C.	Consultoría
92	DICA, S.A. de C.V.	Construcción e ingeniería
93	DICONSA	
94	Driescher y Wittjohann, S.A.	
95	Echeagaray Sanchez & Asociados, S.C.	Otros: Social
96	El Barreno Eléctrico, S.A. de C.V.	
97	El Mundo Maya restaurant	Bebidas y Alimentos
98	Electro Controles del Noroeste, S.A. De C.V.	Servicios técnicos y profesionales
99	Embotelladoras Arca, S.A. De C.V.	Bebidas y Alimentos
100	Enrique de Jesús Ayora Méndez	Servicios técnicos y profesionales
101	Escalera Espinosa y Asociados, S.A. De C.V.	Construcción e ingeniería

No.	EMPRESA	SECTOR
102	Escuela de Belleza Tania	Educación
103	Estética Unisex Karina	Otros: Belleza Integral
104	Excelencia y Desarrollo, S.A. de C.V.	Consultoría
105	Fábrica de Jabón La Corona, S.A. De C.V.	Química
106	Farmacias Canto, S.A. De C.V.	Comercio y Distribución
107	Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior, A.C. (FIMPES)	Educación
108	Felipe Ochoa y Asociados, S.C.	Consultoría
109	FEMSA	
110	Flores Merino, Brizuela y Socios, S.C.	Servicios técnicos y profesionales
111	Foro Consultivo Científico y Tecnológico	Otros: Ciencia y Tecnología
112	Franquicia de Negocios, S.C.	Otros: Corretaje de negocios
113	Fundación Castro-Limón A.C. Pro-niñ@s con cáncer	Servicios médicos
114	Fundación Deportivo Parque España II	Servicios comerciales
115	Fundación Internacional de Apoyo al Desarrollo Local y Social (FIADELSO)	Otros: Cooperación Internacional al Desarrollo
116	Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa, FUNTEC, A.C.	Otros: Fundación para apoyo a las pequeñas y medianas empresas
117	Fundación mexicana para la Planeación Familiar, A.C.	Servicios médicos
118	Fundación Sinaloa EcoRegión, A. C.	Empresas de servicio Público
119	Fundación Zícara, A.C.	Otros: ONG
120	Gas Natural México, S.A. de C.V.	Empresas de servicio público
121	Gasolinera Campestre S.A. De C.V.	Petróleo y gas
122	Gasolinera La Loma, S.A. De C.V.	Petróleo y gas
123	Gayser Club	Servicios comerciales

No.	EMPRESA	SECTOR
124	Gayser Gym	Servicios comerciales
125	GCS Conseils	Consultoría
126	GE Seguros, S.A. de C.V.	Finanzas y seguros
127	Gelletera de Puebla, S.A. De C.V.	Bebidas y Alimentos
128	Gerardo Vidal Cruz	Educación
129	Global Supplier Progress	Consultoría
130	GNA, S.A. De C.V.	Consultoría
131	GP Publicidad	Servicios comerciales
132	Gruma, S.A. De C.V.	Alimentos
133	Grupado, S.A. De C.V.	Comunicaciones y transportes
134	Grupo Financiero BANORTE	Finanzas y seguros
135	Grupo Financiero Scotiabank Inverlat	Otros: Empresa privada dedicada a proporcionar servicios de Banca y Crédito, así como de fondos de inversión y bursátil
136	Grupo Gamesa, S. De R.L. De C.V.	Otros: Industrial (Fabricación y distribución de galletas, cereales, pan.)
137	Grupo Gaslo, S.A. De C.V.	Materiales para la construcción
138	Grupo Gastronómico KAF, S.A. De C.V.	Bebidas y Alimentos y Turismo
139	Grupo Industrial Lala, S.A. De C.V.	Alimentos y bebidas
140	Grupo Inmobiliario y Constructor M, S.A. de C.V.	Construcción e ingeniería
141	Grupo Kaltex, S.A. De C.V.	Textiles
142	Grupo Nacional Provincial, S.A.	Fianzas y seguros
143	Grupo Pecis, S.A. De C.V.	Otros: Comercialización de pescados y mariscos
144	Grupo Posadas, S.A. de C.V.	Turismo
145	Grupo Ruba, S. A. De C.V.	Bienes Raíces

No.	EMPRESA	SECTOR
146	Grupo Social Nezahualcóyotl, A.C.	Servicios técnicos y profesionales
147	Grupo Vía Delphi, S.A. De C.V.	Turismo
148	Grupo Xcaret	Turismo
149	H. Ayuntamiento de Veracruz	Otros: Sector Público
150	Hewlett Packard México, S de R.L. de C.V.	
151	Hipotecaria Crédito y Casa	Finanzas y seguros
152	Holcim Apasco, S.A. De C.V.	Materiales para la Construcción
153	Holding Alfil, S.A. De C.V.	Minería y Metales
154	Hospital San José de Querétaro, S.A. de C.V.	Otros: Hospital y centro médico de especialidades
155	Hoteles y Restaurantes, S.A. De C.V. (Hotel Perla)	Turismo
156	IDIKON, S.C.	Consultoría
157	IMSA-MEX, S.A. de C.V.	Minería y Metales
158	INDEEX EMPRESARIAL / INDEEX PYMES	Otros: Editorial revista de negocios
159	Instalaciones y Productos Químicos, S.A. de C.V.	Química
160	Institucionales Roka, S.A. De C.V.	Otros: Seguridad Privada
161	Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT)	Otro: Hipotecaria Social y Aportación del Fondo para el retiro
162	Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca	Educación
163	Instituto Universitario del Estado de México (IUEM)	Educación
164	INTERCERAMIC	Materiales para la Construcción
165	INTERPROTECCIÓN, Agente de Seguros y Fianzas, S.A. De C.V.	Finanzas y seguros
166	Jauregui y Alardín	Servicios Técnicos y Profesionales
167	Jugos del Valle, S.A. De C.V.	Alimentos y Bebidas

No.	EMPRESA	SECTOR
168	Junior Chamber Internacional México (JCI México)	Otros: Organización de jóvenes a nivel mundial
169	Kraft Foods México	Bebidas y Alimentos
170	La Peninsular Seguros, S.A.	Fianzas y Seguros
171	Laboratorios Silanes, S.A. de C.V.	Farmacéutica y biotecnología
172	Lavahorro lavamaticas	Servicios comerciales
173	Maderería Valles Grijalva, S.A. De C.V.	Materiales para la Construcción
174	MANPOWER, S.A. De C.V.	Otros: Recursos humanos
175	Manuel Villeda Consultores	Consultoría
176	Mapfre Tepeyac, S.A.	Finanzas y seguros
177	Marca Prefabricados, S.A. De C.V.	Comercio y Distribución
178	Mascomex S. A. De C.V.	Comercio y distribución
179	Maxi Gafas Solei	Comercio y distribución
180	Medic's Servicios, S.A. De C.V.	Servicios médicos
181	Mesones Sacristía Puebla	Turismo
182	Metropolitana Compañía de Seguros, S.A.	Fianzas y seguros
183	Movilidad y Desarrollo de México, A.C.	Otros: Educación vial y prevención de accidentes de tránsito
184	MTF S.A. De C.V.	Consultoría
185	Nadro, S.A. De C.V.	Comercio y distribución
186	Natividad Abogados, S.C. Asesores de empresas	Consultoría, servicios técnicos y profesionales
187	Nehm & Coll. Societat der Rechtsanwälte	Consultoría
188	Nestlé México, S.A. de C.V.	Bebidas y Alimentos
189	Noedia, S.A. De C.V.	
190	Novartis Corporativo, S.A. De C.V.	Farmacéutica y biotecnología

No.	EMPRESA	SECTOR
191	Nueva Agroindustrias del Norte, S.A. De C.V.	Otros: Comercialización de insumos agrícolas
192	OFIX, S.A. De C.V.	Comercio y distribución
193	Operadora de Tiendas Voluntarias, S.A. De C.V.	Comercio y Distribución
194	Organización e Información, S.C.	Educación
195	Pastelería Los Chatos	Bebidas y Alimentos
196	Patronato del H. Cuerpo de Bomberos Veracruz-Boca del Río, A.C.	Otros: Asociación Civil
197	Paulina Youth Hostel	Turismo
198	Pensiones Banorte Generali, S.A. De C.V. Grupo Financiero Banorte	Finanzas y seguros
199	Pfizer, S.A. De C.V.	Farmacéutica y biotecnología
200	Pizzas & Pastas Mama Mia	Bebidas y alimentos
201	Prendamex, S.A. De C.V.	Otros: Servicios financieros (Préstamos con garantía prendaria)
202	Pricewaterhouse Coopers, S.C.	Otros: Asesoría de Negocios (Auditoría, Impuestos, Legal y Asesoría)
203	Prisma Hoteles de México	Turismo
204	Productores Unidos de Río Petatlan, S.A. de C.V.	Agricultura
205	Productos de Harina, S.A. De C.V.	Comercio y distribución
206	Profesionales de la Mediación, S.C.	Otros: Despacho Jurídico
207	Promotora Accse, S.A de C.V.	Consultoría
208	Promotora Premer, S.A. De C.V.	Servicios comerciales
209	PRONAT Distribuidora, S.A. de C.V.	Bebidas y Alimentos
210	Protecto Ambiente Servicios y Suministros, S.A. de C.V.	Otros: Desinfección y Fumigación de Inmuebles
211	Publicaciones Importantes, S.A. "Negocios y Bancos"	Otros: Editorial
212	Puerto Gutiérrez y Asociados, S.C.P.	

No.	EMPRESA	SECTOR
213	QBE del Istmo México, Compañía de Reaseguros, S.A. De C.V.	Finanzas y seguros
213	QS MEXIKO AG	Servicios comerciales
215	Radiocomunicación de Victoria, S.A. De C.V.	Servicios técnicos y profesionales
216	Refrigeración Nieto de Acapulco, S.A. De C.V.	Comercio y Distribución
217	Reluv, S.A. de C.V.	Automóviles y Autopartes
218	RIQRAS S.A. DE C.V.	Bebidas y Alimentos
219	Royal & Sunalliance Seguros México, S.A. De C.V.	Finanzas y seguros
220	Santander Serfin	Bancario
221	Satélites Mexicanos, S.A. De C.V.	Telecomunicaciones
222	Seguros Banorte Generali, S.A. De C.V. Grupo Financiero Banorte	Finanzas y seguros
223	Selecta Servicios de Capital Humano, S.C.	Consultoría
224	Servicio Trece y Carrera, S.A. De C.V.	Petróleo y gas
225	Servicios conmutados de Telefonía Pública, S.A. de C.V.	Telecomunicaciones
226	Servicios Corporativos de Cancún, S.C.	Consultoría
227	Servicios Integrales de Ingeniería y Calidad, S.A. De C.V.	Otros: Servicios de Ingeniería y Laboratorio de Control de Calidad
228	Serviporteo del Centro, S.A. de C.V.	Comunicaciones y Transportes
229	Setha Ingeniería Ambiental, S.A. De C.V.	Consultoría
230	Símbolo Multimedia	Internet y Comercio por internet, consultoría, comunicación y transporte. Servicios Técnicos y profesionales. Equipos tecnológicos, telecomunicaciones.
231	Sindicato Industrial Autónomo de Operarios en General de Maquiladoras de Reynosa C.T.M.	Otros: Sindicalismo
232	Solet, Pisos para Lucir	Comercio y distribución
233	Soluciones de Internet para Negocios, S.A. De C.V.	Internet y Comercio por Internet

No.	EMPRESA	SECTOR
234	SURTICOM, S.A. DE C.V.	Comercio y Distribución
235	SYSTEC, S.A. De C.V.	Consultoría
236	Tecnológico de Monterrey Campus Cuernavaca	Educación
237	TELEDESIC BROADBAND NETWORKS, S.A. DE C.V.	Internet y comercio por internet
238	Tips Marketing / Perrin Mercadotécnia y Asociados, S.A. de C.V.	Consultoría
239	Tortillería El Grano de Oro	Bebidas y alimentos
240	Transportes PITIC, S.A. de C.V.	
241	Trivasa, S.A. De C.V.	Materiales para la construcción
242	Turismo Axial, S.A. De C.V.	Turismo
243	ULTRAQUIMIA, S.A. DE C.V.	Otros: Fabricación de agroquímicos convencionales y orgánicos
244	Unión de Campesinos y Colonos de Puebla, A.C.	Otros: Beneficio social a campesinos y colonos de alta marginación
245	Universidad de la Comunicación	Educación
246	Universidad Iberoamericana A.C.	Educación
247	Universidad Insurgentes	Educación
248	VATVAL, S.A. De C.V.	Consultoría
249	Viana Descuentos, S.A. de C.V.	Comercio y distribución
250	Vianney	Textiles, artículos de lujo

Apéndice B. Mapeo de Promotores en Latina América, Argentina Colombia y Chile (Kerik, et al. 2012)

**Mapeo de Promotores de la RSE
Alcance Latinoamérica**

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional (ACDI)	América Latina	Organismos Públicos	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación	Gobierno Empresarial RSE General	
Asociación Regional de Empresas de Petróleo y Gas Natural en Latinoamérica y el Caribe (ARPEL)	América Latina	Asociaciones Empresariales	Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Investigación	Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	
Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE)	América Latina	Organismos Internacionales	Financiamiento Reconocimiento	Medio Ambiente RSE General	
Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	América Latina	Organismos Internacionales	Asesoramiento Divulgación Estandarización Financiamiento	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores RSE General	Contribución de las empresas a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) en Latinoamérica. Informe de Argentina Contribución de las empresas a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) en Latinoamérica. Informe de Chile Contribución de las empresas al desarrollo en Latinoamérica El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe Empresas privadas y creación de oportunidades económicas para micro y pequeñas empresas Género y negocios. Casos exitosos en cuatro continentes La responsabilidad social de la empresa. Manual de gestión Promover buenas prácticas y certificación en turismo sostenible. Una semilla en terreno fértil Recommended actions to foster the adoption of CSR practices in SMEs Responsabilidad social de la empresa en las PYMEs de Latinoamérica Situación de la Responsabilidad Social de la MIPYME. El caso chileno Un enfoque empresarial sobre negocios con el mercado de la mayoría. Proyecto Mapeo del sector privado
					Argentina. Equidad de género en el sector privado. Promoviendo la equidad de género en el sector privado. Hacia un Modelo de Certificación de Equidad de Género ("GEM"), a nivel internacional. El caso de Argentina, "MEGA 2009" Construyendo un marco de RSE como herramienta de desarrollo. El Salvador Estudio de casos de buenas prácticas de Gobierno Corporativo. Círculo de Empresas de la Mesa Redonda Latinoamericana de Gobierno Corporativo
Banco Mundial (BM)	América Latina	Organismos Internacionales	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Investigación	Gobierno Empresarial Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
					Minería y comunidades locales. Criterio marco para una relación de mutuo beneficio Public sector roles in strengthening Corporate Social Responsibility. Taking stock Supporting entrepreneurship at the base of the pyramid through business linkages
Business for Social Responsibility (BSR)	América Latina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Investigación	Prácticas Laborales	
Business in the Community (BITC)	América Latina	Asociaciones Empresariales Organismos Públicos Organizaciones de RSE	Articulación Divulgación	Inversión Social RSE General	
Cámara de Comercio Internacional (CCI)	América Latina	Asociaciones Empresariales	Estandarización	Gobierno Empresarial Proveedores RSE General	Cómo hacer frente a la extorsión y a la incitación al soborno en las transacciones internacionales. Una herramienta para que las empresas capaciten a sus empleados ICC Guide to responsible sourcing. Integrating social and environmental considerations into the supply chain Reglas de la ICC para combatir la corrupción
Centro de Formación para la Integración Regional (CEFIR)	América Latina	Organismos Internacionales	Capacitación Divulgación	Gobierno Empresarial RSE General	
Centro Regional para América Latina y el Caribe en apoyo del Pacto Mundial de Naciones Unidas	América Latina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Asesoramiento Divulgación	RSE General	Las empresas del Pacto Mundial en América Latina: Contribución con los Objetivos del Milenio Modelo de gestión del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Marco para su implementación
Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)	América Latina	Organismos Internacionales	Estandarización Reconocimiento	Inversión Social Medio Ambiente RSE General	Avances en la discusión sobre la ISO 26000 en América Latina: Antecedentes para apoyar el proceso ISO en la Región Avances, logros y desafíos del Pacto Global en Argentina: Una visión desde los integrantes Buenas prácticas en la industria minera: El caso del Grupo Pefoles en México Ecoeficiencia: Marco de análisis, indicadores y experiencias El sector empresarial en la sostenibilidad ambiental: Ejes de interacción Guía del Pacto Global. Una forma práctica para implementar los nueve principios en la gestión empresarial Informe Trabajo decente y RSE en la Argentina La RSE: ¿Sólo un discurso? Programa Jóvenes con Futuro: Resultados e impactos de una intervención público-privada

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
					Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una visión empresarial RSE desde la perspectiva de los consumidores RSE y trabajo decente en la Argentina. Contextos, desafíos y oportunidades Sociedad, mercado y minería. Una aproximación a la responsabilidad social
Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT)	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Estandarización	Medio Ambiente Prácticas Laborales	
ComunicaRSE	América Latina	Medios de Divulgación Organizaciones de RSE	Asesoramiento Capacitación Divulgación Investigación	Prácticas Laborales RSE General	Informes ComunicaRSE. Investigación Comunicación externa de la RSE en la Argentina Informes ComunicaRSE. Investigación Comunicación interna y RSE Informes ComunicaRSE. Investigación Gestión de la RSE en la Argentina Informes ComunicaRSE. La RSE en los Recursos Humanos Informes ComunicaRSE. Reportes de sustentabilidad en Argentina. Lecciones & aprendizajes
Confederación Sindical de Trabajadores y Trabajadoras de las Américas (CSA)	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Divulgación	Prácticas Laborales RSE General	
Corporación Andina de Fomento (CAF)	América Latina	Organismos Internacionales	Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Investigación	Gobierno Empresarial Inversión Social Medio Ambiente RSE General	Gobierno Corporativo: Lo que todo empresario debe saber Lineamientos para un Código Andino de Gobierno Corporativo. Eficiencia, equidad y transparencia en el manejo empresarial Manual de gobierno corporativo para empresas de capital cerrado. Manejo empresarial eficiente y transparente.
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH	América Latina	Organismos Públicos	Articulación Capacitación Divulgación	RSE General	Avances en la discusión sobre la ISO 26000 en América Latina. Antecedentes para apoyar el proceso ISO en la Región El sector empresarial en la sostenibilidad ambiental: Ejes de interacción Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una visión empresarial RSE desde la perspectiva de los consumidores
Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)	América Latina	Organismos Internacionales	Divulgación Investigación	Inversión Social RSE General	
Forest Stewardship Council (FSC)	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Estandarización	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Proveedores	FSC reflected in scientific and professional literature. Literature study on the outcomes and impacts of FSC certification

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
					Guía FSC paso a paso. Guía de buenas prácticas para cumplir con los requisitos de certificación FSC sobre biodiversidad y Bosques con Alto Valor de Conservación en bosques manejados a pequeña escala y de baja intensidad Una guía fácil de usar sobre certificación FSC para pequeños propietarios
Forum Empresa	América Latina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Reconocimiento	Inversión Social Proveedores RSE General	El estado de la RSE bajo la mirada de ejecutivos de empresas de Latinoamérica 2009 El estado de la RSE en América Latina 2011. Percepciones de consumidores y ejecutivos de empresas Sostenibilidad y call centers en América Latina Voluntariado corporativo en España y Latinoamérica. Rasgos comunes y distintivos
Fundación Avina	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Divulgación Investigación	Consumidores y Clientes Proveedores RSE General	El Gran Chaco Americano. Primera aproximación a los negocios verdes, inclusivos y responsables En busca de la sostenibilidad. El camino de la RSE en América Latina y la contribución de la Fundación Avina La otra cara de la libertad. La RSE en medios de comunicación en América Latina La RSE en la prensa argentina: Análisis de la cobertura periodística sobre la RSE 2005-2006 Las organizaciones de la sociedad civil y la Responsabilidad Social Corporativa. Algunos casos destacables Negocios Inclusivos - Casos de buenas prácticas nacionales Situación de la RSE de la PyME en Bolivia. Estudio exploratorio en 20 PYMEs bolivianas
Fundación Carolina (FC)	América Latina	Asociaciones Empresariales Organismos Públicos	Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Investigación	Gobierno Empresarial RSE General	Alianzas público-privadas para el desarrollo América Latina, España y la RSE: Contexto, perspectivas y propuestas Hacia la concertación público-privada para el desarrollo en América Latina La otra cara de la libertad. La RSE en medios de comunicación en América Latina La RSE de la empresa española en América Latina. Una mirada al Patronato de la Fundación Carolina Negocios limpios, desarrollo global: El rol de las empresas en la lucha internacional contra la corrupción. Informe 2006 Negocios limpios, desarrollo global: El rol de las empresas en la lucha internacional contra la corrupción. Informe 2007

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES)	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Divulgación Estandarización Investigación	Gobierno Empresarial Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores RSE General	Responsabilidad social de las empresas. Una mirada desde España hacia América Latina La empresa del nuevo milenio: De los valores a la acción. Guía práctica para la contribución de la empresa a los Objetivos de Desarrollo del Milenio. ODM 3: Promover la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de la mujer La empresa del nuevo milenio: De los valores a la acción. Guía práctica para la contribución de la empresa a los Objetivos de Desarrollo del Milenio. ODM 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente Las organizaciones de la sociedad civil y la Responsabilidad Social Corporativa. Algunos casos destacables Negocios limpios, desarrollo global: El rol de las empresas en la lucha internacional contra la corrupción. Informe 2006 Negocios limpios, desarrollo global: El rol de las empresas en la lucha internacional contra la corrupción. Informe 2007
Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad (Fundibeq)	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Capacitación Estandarización Reconocimiento	RSE General	Glosario iberoamericano de términos (2005) Modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión. Edición 2005
Fundación Interamericana (IAF)	América Latina	Organismos Públicos	Articulación Asesoramiento Estandarización Investigación	Inversión Social RSE General	
Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI)	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Divulgación Investigación	Medio Ambiente RSE General	La otra cara de la libertad. La RSE en medios de comunicación en América Latina
Fundación para el Desarrollo Sostenible (FUNDES)	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Investigación	Consumidores y Clientes Proveedores RSE General	Investigación sobre la cadena de valor del hierro como chatarra en Argentina Situación de la RSE de la PyME en Bolivia. Estudio exploratorio en 20 PyMEs bolivianas
Gestratégica	América Latina	Medios de Divulgación	Divulgación	RSE General	
Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social	América Latina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Articulación Divulgación	RSE General	Guía de autoaplicación. Indicadores de RSE. Edición 2007-2008 Guía de autoaplicación. Indicadores de RSE. PLARSE- IARSE Indicadores de RSE + Paso a paso para PyMEs La responsabilidad social de las empresas en el proceso electoral La RSE en la prensa argentina: Análisis de la cobertura periodística sobre la RSE 2005-2006

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
International Association for Volunteer Effort (IAVE)	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Divulgación Investigación Reconocimiento	Inversión Social Prácticas Laborales	
International Organization for Standardization (ISO)	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Estandarización	RSE General	
Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI)	América Latina	Organismos Internacionales	Estandarización	Gobierno Empresarial Medio Ambiente RSE General	Acceso a los mercados y comercio responsable: ¿Oportunidades u obstáculos para la PyME de los países en desarrollo? Sustainable supply chains The UN Global Compact operational guide for medium-scale enterprises
Organización de los Estados Americanos (OEA)	América Latina	Organismos Internacionales	Articulación Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Reconocimiento	Consumidores y Clientes Inversión Social Medio Ambiente Proveedores RSE General	
Organización Internacional del Trabajo (OIT)	América Latina	Organismos Internacionales	Articulación Capacitación Divulgación	Prácticas Laborales	Discapacidad en el lugar del trabajo: Prácticas de las empresas Guía del Pacto Global. Una forma práctica para implementar los nueve principios en la gestión empresarial Informe Trabajo decente y RSE en la Argentina Principios laborales del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Guía para empresas Programa Jóvenes con Futuro: Resultados e impactos de una intervención público-privada RSE y trabajo decente en la Argentina. Contextos, desafíos y oportunidades
Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)	América Latina	Organismos Internacionales	Divulgación Estandarización	Gobierno Empresarial RSE General	Estudio de casos de buenas prácticas de Gobierno Corporativo. Círculo de Empresas de la Mesa Redonda Latinoamericana de Gobierno Corporativo
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)	América Latina	Organismos Internacionales	Articulación Divulgación Financiamiento Investigación	Consumidores y Clientes Gobierno Empresarial Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores RSE General	Business and the Millennium Development Goals: A framework for action Creating value for all: Strategies for doing business with the poor Estableciendo la conexión. Guía para la elaboración del GRI y Comunicación del Progreso del Pacto Mundial Guía del Pacto Global. Una forma práctica para implementar los nueve principios en la gestión empresarial Informe Trabajo decente y RSE en la Argentina La RSE: ¿Solo un discurso? Los negocios contra la corrupción. Un modelo para la acción. Implementación del 10mo principio del Pacto Global de las Naciones Unidas contra la corrupción Principios para el empoderamiento de las mujeres. La

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
					Igualdad es un buen negocio Programa Jóvenes con Futuro: Resultados e impactos de una intervención público-privada RSE y trabajo decente en la Argentina. Contextos, desafíos y oportunidades
Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)	América Latina	Organismos Internacionales	Articulación Capacitación Divulgación Estandarización	Medio Ambiente	
Rainforest Alliance	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Capacitación Estandarización	Medio Ambiente	Buenas prácticas de manejo en las empresas turísticas: Sus beneficios e implicaciones Promover buenas prácticas y certificación en turismo sostenible: Una semilla en terreno fértil
Red Centroamericana para la Promoción de la RSE	América Latina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Divulgación Estandarización	Proveedores RSE General	
Red Iberoamericana de Universidades por la RSE (REDUNIRSE)	América Latina	Instituciones Académicas Organizaciones de RSE	Articulación Capacitación Divulgación	RSE General	
Red Interamericana de Fundaciones y Acciones Empresariales para el Desarrollo de Base (RedEAmérica)	América Latina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Articulación Capacitación Divulgación	Inversión Social	Ambientes favorables para el desarrollo de base Casos pedagógicos Desarrollo de base y educación. Informe final Educación y desarrollo de base: Lineamientos para la definición del perfil de proyectos de educación y desarrollo de base Factores de éxito de las iniciativas comunitarias de generación de ingresos y estrategias para apoyarlas Opciones de inversión social privada en desarrollo comunitario Organizaciones de base, redes intersectoriales y procesos de desarrollo local: El desafío de la sostenibilidad Vinculando el desarrollo de base con el desarrollo local: Estrategias de intervención de los miembros de la RedEAmérica Vínculos entre salud y desarrollo de base. Lecciones aprendidas de algunas experiencias latinoamericanas
Red Puentes Internacional	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil Organizaciones de RSE	Articulación Divulgación Investigación Reconocimiento	Consumidores y Clientes Inversión Social Prácticas Laborales RSE General	Investigación sobre la conducta de Ripley en Chile. Análisis de disposiciones contractuales y otros aspectos relativos a RSE
Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)	América Latina	Organismos Internacionales	Articulación Divulgación	Proveedores RSE General	La responsabilidad social corporativa y la productividad de las cadenas de valor PyMEs: Una visión estratégica para el desarrollo económico y social. Lecciones de 10 años del programa SELA-IBERPYME

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA)	América Latina	Organismos Internacionales	Divulgación Investigación	Inversión Social RSE General	Pymes: Una visión estratégica para el desarrollo económico y social. Lecciones de 10 años del programa SELA-BERPME
Social Enterprise Knowledge Network (SEKN)	América Latina	Instituciones Académicas Organizaciones de RSE	Capacitación Divulgación Investigación	Consumidores y Clientes Inversión Social Proveedores	
Transparencia Internacional en América Latina y el Caribe (TILAC)	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Estandarización Investigación	Gobierno Empresarial	La responsabilidad social de las empresas en el proceso electoral
Unión Internacional Cristiana de Dirigentes de Empresa (UNIAPAC)	América Latina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Divulgación Investigación	RSE General	Protocolo de RSE centrada en la persona. Guía para una gestión empresarial integral
Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN)	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Asesoramiento Estandarización	Medio Ambiente RSE General	
United Way Worldwide	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Asesoramiento	Inversión Social	
World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)	América Latina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Articulación Divulgación	Consumidores y Clientes Proveedores	Doing business with the world. The new role of corporate leadership in global development From challenge to opportunity. The role of business in tomorrow's society Negocios Inclusivos: Creando valor en América Latina Negocios Inclusivos: Iniciativas empresariales rentables con impacto en el desarrollo Negocios para el desarrollo. Soluciones empresariales para apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio Oportunidades de negocios para reducir la pobreza. Una guía de campo Sustainable consumption facts and trends. From a business perspective
World Resources Institute (WRI) - New Ventures	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Financiamiento	Medio Ambiente	
World Wildlife Fund (WWF)	América Latina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Asesoramiento Divulgación Estandarización	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Proveedores	Desarrollo de una cadena de valor de biocombustibles en una plantación de palma africana. El caso HONDUPALMA Producción Más Limpia y el Mecanismo Desarrollo Limpio en HONDUPALMA. Estudios de casos

Mapeo de Promotores de la RSE
Alcance Argentina

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional (ACDI) en Argentina	Argentina	Organismos Públicos	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación	Gobierno Empresarial RSE General	
Alternativa 3	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación	Inversión Social Prácticas Laborales	
Asociación Conciencia	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Divulgación	Inversión Social Prácticas Laborales	
Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa (ACDE)	Argentina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Capacitación Divulgación Reconocimiento	Gobierno Empresarial Prácticas Laborales RSE General	Investigación: "Gestión de la RSE en empresas vinculadas a ACDE" - 2010
Asociación Empresarial Argentina (AEA)	Argentina	Asociaciones Empresariales	Articulación Asesoramiento Divulgación	Inversión Social Prácticas Laborales	
Asociación Franquicia Sustentable (AFRAS)	Argentina	Asociaciones Empresariales	Capacitación Divulgación Estandarización	Consumidores y Clientes Proveedores RSE General	
Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA)	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Capacitación Divulgación	Inversión Social Prácticas Laborales Proveedores RSE General	
Bairexport. La red de exportadores de Buenos Aires	Argentina	Asociaciones Empresariales	Articulación Divulgación	Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	
Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en Argentina	Argentina	Organismos Internacionales	Articulación Asesoramiento Divulgación Estandarización Financiamiento	Consumidores y Clientes Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores RSE General	

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Banco Mundial (BM) en Argentina	Argentina	Organismos Internacionales	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Investigación	Gobierno Empresarial Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	
Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina (AmCham)	Argentina	Asociaciones Empresariales	Articulación Capacitación Divulgación Reconocimiento	Medio Ambiente RSE General	
Cámara de Comercio e Industria Franco Argentina (CCIFA)	Argentina	Asociaciones Empresariales	Reconocimiento	RSE General	
Cámara de Comercio Internacional (CCI) Argentina	Argentina	Asociaciones Empresariales	Estandarización	Gobierno Empresarial Proveedores RSE General	
Cámara de Industria y Comercio Argentino Alemana	Argentina	Asociaciones Empresariales	Capacitación Divulgación Estandarización Investigación	RSE General	Guía de Indicadores de RSC Guía de primeros pasos en RSC
Centro Comercial e Industrial de Rafaela y la Región (CCIRR)	Argentina	Asociaciones Empresariales	Articulación Divulgación	RSE General	
Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial y Capital Social (CENARSECS)	Argentina	Instituciones Académicas Organizaciones de RSE	Articulación Capacitación Divulgación Reconocimiento	Gobierno Empresarial RSE General	
Club de Empresas Comprometidas (ECA)	Argentina	Asociaciones Empresariales	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación	Inversión Social Prácticas Laborales	
Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en	Argentina	Organismos Internacionales	Estandarización Reconocimiento	Inversión Social Medio Ambiente RSE General	

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Argentina					
Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS)	Argentina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Divulgación Estandarización Investigación	RSE General	De 9 a 18. Guía de eficiencia energética para edificios comerciales y de oficina Desarrollo sostenible: El caso empresario argentino - Un análisis académico de 10 años de buenas prácticas empresariales Empresa y sustentabilidad: Mapeo y análisis de premios
Consejo Empresario de Entre Ríos (CEER)	Argentina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Articulación Divulgación Reconocimiento	Gobierno Empresarial Medio Ambiente RSE General	
Corporación Andina de Fomento (CAF) en Argentina	Argentina	Organismos Internacionales	Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento	Gobierno Empresarial Inversión Social Medio Ambiente RSE General	
Ecosistema	Argentina	Medios de Divulgación	Divulgación	Medio Ambiente	
El Cronista	Argentina	Medios de Divulgación	Divulgación	RSE General	
Empresas por la Infancia	Argentina	Asociaciones Empresariales	Articulación Capacitación Divulgación Estandarización Investigación	Inversión Social RSE General	
Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en Argentina	Argentina	Organismos Internacionales	Divulgación Investigación	Inversión Social RSE General	¿Cómo trabajar por los chicos? Guía para la acción empresarial desde los derechos de la infancia
Forética Argentina	Argentina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Capacitación Divulgación Estandarización Investigación	RSE General	Gestión de la diversidad Investigación: "Gestión de la RSE en empresas vinculadas a ACDE". - 2010

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Foro Ecuménico Social	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Capacitación Divulgación Reconocimiento	Inversión Social Prácticas Laborales RSE General	
Foro Empresarial de la Patagonia	Argentina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Divulgación	Medio Ambiente RSE General	
Foro Intersectorial Argentino de Vitivinicultura Sustentable (FIAVIS)	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil Organizaciones de RSE	Estandarización Investigación		
Fundación Ambiente y Recursos Naturales (FARN)	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Capacitación Divulgación Estandarización Investigación	Medio Ambiente RSE General	Documento de Investigación: "Líneas Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico e Inversiones" Una Herramienta de la RSE: Líneas directrices de la OCDE
Fundación Avina Argentina	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Capacitación Divulgación Financiamiento Investigación Reconocimiento	Consumidores y Clientes Gobierno Empresarial Proveedores RSE General	Empresa y sustentabilidad: Mapeo y análisis de premios
Fundación Caminando Juntos	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Financiamiento	Inversión Social Prácticas Laborales	
Fundación Carolina Argentina (FCA)	Argentina	Asociaciones Empresariales Organismos Públicos	Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Investigación	Gobierno Empresarial RSE General	
Fundación Compromiso	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Asesoramiento Divulgación	Inversión Social Prácticas Laborales Proveedores RSE	Manual de voluntariado corporativo

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
				General	
Fundación de Organización Comunitaria (FOC)	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación	Inversión Social Prácticas Laborales	
Fundación del Tucumán	Argentina	Asociaciones Empresariales	Articulación Divulgación	RSE General	
Fundación El Otro	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Investigación	Consumidores y Clientes Prácticas Laborales Proveedores RSE General	Quién es quién en la cadena de valor del sector de indumentaria textil, hacia una solución conjunta en el sector
Fundación Exportar	Argentina	Asociaciones Empresariales Organismos Públicos	Articulación Capacitación Divulgación	Consumidores y Clientes Gobierno Empresarial RSE General	
Fundación Leer	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Capacitación	Inversión Social Prácticas Laborales	
Fundación para el Desarrollo Sostenible (FUNDES) Argentina	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Investigación	Consumidores y Clientes Proveedores RSE General	Contribución de las empresas a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) en Latinoamérica. Informe de Argentina Empresa y sustentabilidad: Mapeo y análisis de premios
Fundación Poder Ciudadano	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Estandarización Investigación	Gobierno Empresarial RSE General	Estrategias de transparencia y lucha contra la corrupción en el sector privado Informe de Evaluación de políticas globales o regionales en empresas firmantes del Pacto Global en América Latina Pacto Global: Control social y articulación con el sector privado desde una perspectiva regional
Fundación Premio Nacional a la Calidad	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Capacitación Divulgación	RSE General	Guía para la evaluación de la gestión de excelencia en las

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Empresaria			Reconocimiento		empresas PyMEs
Fundación SES (Sustentabilidad-Educación-Solidaridad)	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Asesoramiento Divulgación Investigación	Inversión Social Prácticas Laborales RSE General	
Fundación Vida Silvestre (FVSA)	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Estandarización Investigación	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Proveedores	
Futuro Sustentable	Argentina	Medios de Divulgación	Divulgación	Medio Ambiente RSE General	
Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires	Argentina	Organismos Públicos	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Reconocimiento	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Proveedores RSE General	
Grupo de Fundaciones y Empresas (GDPE)	Argentina	Organizaciones de RSE	Divulgación Estandarización Investigación	Inversión Social	Ciclo Desafíos de la Inversión Social 2007-2008 Estudio sobre Inversión Social Privada en Argentina 2008 Guía para realizar donaciones. Aspectos impositivos y administrativos
Instituto Argentino de Normalización (IRAM)	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Capacitación Divulgación	RSE General	
Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE)	Argentina	Organizaciones de RSE	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Reconocimiento	Gobierno Empresarial RSE General	El Gran Chaco Americano, Primera aproximación a los negocios verdes, inclusivos y responsables Guía de autoaplicación. Indicadores de RSE. Edición 2007-2008 Guía de autoaplicación. Indicadores de RSE. PLARSE - IARSE Guía de autodiagnóstico y

<u>Promotor</u>	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
					planeamiento para grandes empresas. ¿Sabe qué está haciendo su empresa por la infancia y la adolescencia? Guía de autodiagnóstico y planeamiento PyME 2009. ¿Sabe qué está haciendo su empresa por la infancia? Indicadores de RSE + Paso a paso para PyMEs La RSE en la prensa argentina: Análisis de la cobertura periodística sobre la RSE 2005-2006 Negocios Inclusivos - Casos de buenas prácticas nacionales RSE e inclusión económica y social. Cómo las empresas pueden crear alternativas de inclusión económica y social para emprendimientos de base social. Guía de primeros pasos ¿Cómo trabajar por los chicos? Guía para la acción empresarial desde los derechos de la infancia
Instituto de Estudios para la Sustentabilidad Corporativa (IESC)	Argentina	Instituciones Académicas Organizaciones de RSE	Capacitación Divulgación Investigación	Consumidores y Clientes Proveedores RSE General	
Promotor ▲					
	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Instituto de Ética y Calidad en el Agro (EticAgro)	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil Organizaciones de RSE	Capacitación Divulgación Investigación	Consumidores y Clientes Gobierno Empresarial Medio Ambiente Proveedores RSE General	
Instituto Nacional	Argentina	Organismos	Articulación	Inversión Social	

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI)		Públicos	Divulgación Estandarización	Prácticas Laborales RSE General	
Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI)	Argentina	Organismos Públicos	Asesoramiento Divulgación Estandarización	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores	
La Usina Asociación Civil	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Capacitación Divulgación	Inversión Social Prácticas Laborales	
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación (MTEySS)	Argentina	Organismos Públicos	Articulación Asesoramiento Divulgación Investigación	Inversión Social Prácticas Laborales	Informe Trabajo decente y RSE en la Argentina La Red de RSE y Trabajo Decente. Un caso de contribución público-privado al desarrollo Programa Jóvenes con Futuro: Resultados e impactos de una intervención público-privada RSE y trabajo decente en la Argentina. Contextos, desafíos y oportunidades
Movimiento hacia la Responsabilidad Social Empresaria (MoveRSE)	Argentina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización	Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	
Municipalidad de Rosario	Argentina	Organismos Públicos	Asesoramiento Capacitación Divulgación	Gobierno Empresarial Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	
Noticias Positivas (N+)	Argentina	Medios de Divulgación	Asesoramiento Divulgación	RSE General	

<u>Promotor</u>	<u>Alcance</u>	<u>Ámbito</u>	<u>Líneas de Acción</u>	<u>Domínios de RSE</u>	<u>Documentos asociados al Promotor</u>
Nuevos Aires	Argentina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Articulación Divulgación	Medio Ambiente RSE General	
Organización de los Estados Americanos (OEA) en Argentina	Argentina	Organismos Internacionales	Articulación Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Reconocimiento	Consumidores y Clientes Inversión Social Medio Ambiente Proveedores RSE General	
Periodismo Social	Argentina	Medios de Divulgación	Divulgación	RSE General	La RSE en la prensa argentina: Análisis de la cobertura periodística sobre la RSE 2005-2006
Pontificia Universidad Católica Argentina (UCA)	Argentina	Instituciones Académicas	Capacitación Divulgación Investigación	Gobierno Empresarial Medio Ambiente RSE General	
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en Argentina	Argentina	Organismos Internacionales	Articulación Divulgación Financiamiento Investigación	Consumidores y Clientes Gobierno Empresarial Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores RSE General	
Protección Consumidores del Mercado Común del Sur (Proconsumer)	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Divulgación Investigación	Consumidores y Clientes Gobierno Empresarial Medio Ambiente	
Red Argentina del Pacto Global	Argentina	Organismos Internacionales Organizaciones de RSE	Capacitación Divulgación	Gobierno Empresarial Prácticas Laborales RSE General	Después de firmar el Pacto. Guía sobre cómo participar en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas El perfil de las Comunicaciones sobre el Progreso en Argentina. ¿Qué comunican las empresas del Pacto Global? Evaluando el Pacto Global en Argentina: Perfil de las empresas

<u>Promotor</u>	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
					adheridas Promoción de igualdad de oportunidades en el empleo y la ocupación. Aportes conceptuales y experiencias prácticas para la implementación del Principio N° 6 del Pacto Mundial de las Naciones Unidas
Red Puentes Argentina	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil Organizaciones de RSE	Articulación Capacitación Divulgación Investigación Reconocimiento	Consumidores y Clientes Inversión Social Prácticas Laborales Proveedores RSE General	Manual de herramientas para incidir en RSE. Una perspectiva desde la sociedad civil
Sinergia	Argentina	Medios de Divulgación Organizaciones de RSE	Divulgación	RSE General	
Solidagro	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil Organizaciones de RSE	Articulación Divulgación	Inversión Social	
Tercer Sector	Argentina	Medios de Divulgación	Divulgación	RSE General	
Universidad Argentina de la Empresa (UADE)	Argentina	Instituciones Académicas	Capacitación Divulgación Investigación	Gobierno Empresarial RSE General	Las relaciones entre las fundaciones empresarias y las organizaciones de apoyo de la sociedad civil en el ejercicio de la RSE. Las OSCs como intermediarias de la RSE. Modelos de relación entre fundaciones empresarias y organizaciones de apoyo de la sociedad civil en el ejercicio de la RSE
Universidad Austral	Argentina	Instituciones	Articulación	Gobierno Empresarial	Investigación: "Gestión de la RSE

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
		Académicas	Capacitación Divulgación Investigación	Medio Ambiente RSE General	en empresas vinculadas a ACDE"- 2010
Universidad Católica de Córdoba (UCC)	Argentina	Instituciones Académicas	Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Investigación	Gobierno Empresarial RSE General	
Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES)	Argentina	Instituciones Académicas	Capacitación Divulgación Investigación Reconocimiento	Gobierno Empresarial Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	
Universidad de San Andrés (UDESA)	Argentina	Instituciones Académicas	Capacitación Divulgación Investigación	Inversión Social Prácticas Laborales Proveedores RSE General	El rol de Dow Argentina en la promoción de acuerdos multisectoriales para el desarrollo sustentable. El caso GRSU en Bahía Blanca. Caso descriptivo Guía para realizar donaciones. Aspectos impositivos y administrativos
Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC)	Argentina	Instituciones Académicas	Capacitación	Gobierno Empresarial RSE General	
Universidad Nacional de Rosario (UNR)	Argentina	Instituciones Académicas	Capacitación Divulgación	RSE General	
Universidad Tecnológica Nacional (UTN)	Argentina	Instituciones Académicas	Capacitación Divulgación	RSE General	
Universidad Torcuato Di Tella (UTDT)	Argentina	Instituciones Académicas	Capacitación Divulgación Investigación	Consumidores y Clientes Proveedores	
Va de vuelta	Argentina	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Capacitación	Consumidores y Clientes Inversión Social Medio Ambiente Proveedores	

<u>Promotor</u>	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Valos	Argentina	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Articulación Capacitación Divulgación Estandarización	Consumidores y Clientes Inversión Social Medio Ambiente RSE General	
Visión Sustentable	Argentina	Medios de Divulgación Organizaciones de RSE	Divulgación Investigación	RSE General	

**Mapeo de Promotores de la RSE
Alcance Colombia**

Promotor ▲	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional (Acción Social)	Colombia	Organismos Públicos	Articulación Capacitación Divulgación	Inversión Social Prácticas Laborales	
Alcaldía de Medellín	Colombia	Organismos Públicos	Reconocimiento	Inversión Social RSE General	
Alcaldía Mayor de Bogotá	Colombia	Organismos Públicos	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Reconocimiento	Inversión Social Medio Ambiente RSE General	Manual de alianzas público-privadas para el distrito capital, en el marco de la Responsabilidad Social
Asociación Colombiana de Exportadores de Flores (Asocolflores)	Colombia	Asociaciones Empresariales	Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Investigación	Consumidores y Clientes Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales	
Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias (ACOPÍ)	Colombia	Asociaciones Empresariales	Estandarización Reconocimiento	RSE General	Los Objetivos del Milenio y la Responsabilidad Social de las PyME: Una metodología de evaluación
Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (Andi)	Colombia	Asociaciones Empresariales	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Investigación	Gobierno Empresarial Prácticas Laborales RSE General	Encuesta sobre RSE 2007-2008

Promotor ▲	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos Domiciliarios y Actividades Complementarias e Inherentes (ANDESCO)	Colombia	Asociaciones Empresariales	Divulgación Estandarización Reconocimiento	Medio Ambiente RSE General	Hacia la RSE. Una aproximación desde el sector de los servicios públicos domiciliarios
Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en Colombia	Colombia	Organismos Internacionales	Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento	Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores RSE General	
Banco Mundial (BM) en Colombia	Colombia	Organismos Internacionales	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Investigación	Gobierno Empresarial Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	
Caja de Compensación Familiar del Huila (Comfamiliar Huila)	Colombia	Organizaciones de la Sociedad Civil	Capacitación Investigación Reconocimiento	RSE General	
Caja de Compensación Familiar del Valle del Cauca (Comfandi)	Colombia	Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Estandarización	RSE General	
Cámara Colombiana de la Construcción de Antioquia (CAMACOL)	Colombia	Asociaciones Empresariales	Asesoramiento Reconocimiento	Inversión Social RSE General	
Cámara de Comercio Colombiano Americana (AmCham Colombia)	Colombia	Asociaciones Empresariales	Divulgación	Gobierno Empresarial Prácticas Laborales RSE General	

Promotor ▲	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Cámara de Comercio Colombo Británica (CCCB)	Colombia	Asociaciones Empresariales	Reconocimiento	Inversión Social Medio Ambiente RSE General	
Cámara de Comercio de Bogotá (CCB)	Colombia	Asociaciones Empresariales	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización	Gobierno Empresarial Inversión Social Medio Ambiente RSE General	
Cámara de Comercio Internacional (CCI) Colombia	Colombia	Asociaciones Empresariales	Estandarización	Gobierno Empresarial Proveedores RSE General	
Centro Colombiano de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional (CECORP)	Colombia	Organizaciones de la Sociedad Civil	Divulgación Estandarización Investigación Reconocimiento	RSE General	
Centro Internacional de Responsabilidad Social & Sostenibilidad (RS)	Colombia	Medios de Divulgación Organizaciones de RSE	Asesoramiento Capacitación Divulgación	Consumidores y Clientes RSE General	
Centro Nacional de Productividad (CNP)	Colombia	Organismos Públicos Organizaciones de la Sociedad Civil	Capacitación Divulgación Estandarización	Medio Ambiente RSE General	
Colombia Incluyente	Colombia	Asociaciones Empresariales Medios de Divulgación Organizaciones de RSE	Divulgación	RSE General	
Comisión Económica para	Colombia	Organismos	Estandarización	Inversión Social	

Promotor ▲	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
América Latina y el Caribe (CEPAL) en Colombia		Internacionales	Reconocimiento	Medio Ambiente RSE General	
Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras)	Colombia	Asociaciones Empresariales	Articulación Divulgación Estandarización	Gobierno Empresarial RSE General	Experiencias exitosas de Gobierno Corporativo en la región Andina Guía para la gestión ética en PyMEs
Confederación de Cooperativas de Colombia (CONFECOOP)	Colombia	Asociaciones Empresariales	Estandarización Investigación	Medio Ambiente RSE General	
Consejo Colombiano de la Construcción Sostenible (CCCS)	Colombia	Organizaciones de la Sociedad Civil Organizaciones de RSE	Articulación Capacitación Divulgación Investigación	Medio Ambiente	
Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES)	Colombia	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Investigación Reconocimiento	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores RSE General	Cambiando el rumbo 2009. Casos de sostenibilidad en Colombia Cambiando el rumbo 2010. Casos de sostenibilidad en Colombia De las alianzas productivas a los Negocios Inclusivos. Guía de mejores prácticas para la implementación de Negocios Inclusivos en palma de aceite Los Negocios Inclusivos en Colombia Negocios Inclusivos. Una estrategia empresarial para reducir la pobreza: Avances y lineamientos

Promotor ▲	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Corporación Andina de Fomento (CAF) en Colombia	Colombia	Organismos Internacionales	Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Investigación	Gobierno Empresarial Inversión Social Medio Ambiente RSE General	
Corporación Transparencia por Colombia	Colombia	Organizaciones de la Sociedad Civil	Divulgación Estandarización Investigación	Gobierno Empresarial	Construcción de un acuerdo sectorial anticorrupción con las empresas fabricantes de tuberías. Una experiencia colombiana Políticas y mecanismos de transparencia en empresas de servicios públicos. Resultados del primer ejercicio de evaluación Primera encuesta nacional sobre prácticas contra el soborno en empresas colombianas Resultados de las empresas que implementan el Programa Rumbo PyMEs. Íntegras y transparentes Rumbo PyMEs. Íntegras y transparentes. Guía de manejo de la herramienta Segunda encuesta nacional sobre prácticas contra el soborno en empresas colombianas
Corporación Universitaria Centro Superior	Colombia	Instituciones Académicas	Capacitación Investigación	RSE General	
Deutsche Gesellschaft für Internationale	Colombia	Organismos Públicos	Articulación Capacitación	Inversión Social RSE General	

Promotor ▲	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Zusammenarbeit (GIZ) en Colombia			Divulgación Financiamiento Reconocimiento		
Dividendo por Colombia	Colombia	Asociaciones Empresariales	Articulación	Inversión Social	
Escuela de Ingeniería de Antioquia (EIA)	Colombia	Instituciones Académicas	Capacitación Divulgación Investigación	Medio Ambiente RSE General	
Escuela de Responsabilidad Social Empresarial (ERSE)	Colombia	Instituciones Académicas Organizaciones de RSE	Capacitación	RSE General	
Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC)	Colombia	Asociaciones Empresariales	Asesoramiento Capacitación Estandarización	Consumidores y Clientes Gobierno Empresarial Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores	
Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite (Fedepalma)	Colombia	Asociaciones Empresariales	Articulación	Consumidores y Clientes Inversión Social Proveedores	
Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en Colombia	Colombia	Organismos Internacionales	Divulgación Investigación	Inversión Social RSE General	
Fundación Avina Colombia	Colombia	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Divulgación Financiamiento Investigación	Consumidores y Clientes Gobierno Empresarial Proveedores RSE General	

Promotor ▲	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Fundación Carolina Colombia (FCCol)	Colombia	Asociaciones Empresariales Organismos Públicos	Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Investigación	Gobierno Empresarial RSE General	
Fundación El Cinco	Colombia	Asociaciones Empresariales	Articulación	Inversión Social	
Fundación El Nogal	Colombia	Organizaciones de la Sociedad Civil	Divulgación	RSE General	
Fundación Empresarios por la Educación (EXE)	Colombia	Asociaciones Empresariales	Articulación Divulgación	Inversión Social Prácticas Laborales	Aportes y desafíos de la RSE en Colombia Desarrollo de base y educación. Informe final Educación y desarrollo de base: Lineamientos para la definición del perfil de proyectos de educación y desarrollo de base
Fundación Ideas para la Paz (FIP)	Colombia	Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Investigación Reconocimiento	Inversión Social RSE General	Aportes y desafíos de la RSE en Colombia Operando en medio del conflicto: Construcción de paz y algunas mejores prácticas de empresas colombianas
Fundación para el Desarrollo Sostenible (FUNDES) Colombia	Colombia	Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Investigación	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Proveedores RSE General	El sector reciclaje en Bogotá y su región: Oportunidades para los Negocios Inclusivos
Fundación para el Progreso de Antioquia	Colombia	Asociaciones Empresariales	Articulación Divulgación	Inversión Social Prácticas Laborales	

Promotor ▲	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
(Proantioquia)			Investigación		
Gobernación de Antioquia	Colombia	Organismos Públicos	Articulación Investigación Reconocimiento	Inversión Social Medio Ambiente	
Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC)	Colombia	Organizaciones de la Sociedad Civil	Capacitación Estandarización	RSE General	Estado del arte con respecto al movimiento de difusión, normalización y certificación de la Responsabilidad Social a nivel mundial
La República	Colombia	Medios de Divulgación	Divulgación	RSE General	
Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (MAVDT)	Colombia	Organismos Públicos	Articulación Asesoramiento Estandarización	Consumidores y Clientes Medio Ambiente	
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Colombia	Organismos Públicos	Investigación Reconocimiento	Gobierno Empresarial RSE General	
Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) en Colombia	Colombia	Organismos Internacionales	Estandarización	Gobierno Empresarial Medio Ambiente RSE General	
Organización de los Estados Americanos (OEA) en Colombia	Colombia	Organismos Internacionales	Articulación Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Reconocimiento	Consumidores y Clientes Inversión Social Medio Ambiente Proveedores RSE General	
Promotor ▲	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Politécnico	Colombia	Instituciones	Capacitación	RSE General	

Promotor ▲	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Grancolombiano		Académicas			
Pontificia Universidad Javeriana	Colombia	Instituciones Académicas	Asesoramiento Capacitación Divulgación Investigación	Gobierno Empresarial RSE General	Guía para la gestión ética en PyMEs La otra cara de la libertad. La RSE en medios de comunicación en América Latina
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en Colombia	Colombia	Organismos Internacionales	Articulación Divulgación Financiamiento Investigación	Consumidores y Clientes Gobierno Empresarial Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores RSE General	
Red Pacto Global Colombia	Colombia	Organismos Internacionales Organizaciones de RSE	Capacitación Estandarización	Gobierno Empresarial Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	
Responsabilidad Integral (RI) Colombia	Colombia	Organizaciones de RSE	Divulgación Estandarización	Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	
Superintendencia de Sociedades	Colombia	Organismos Públicos	Divulgación Estandarización Investigación	Gobierno Empresarial RSE General	
Universidad de Caldas	Colombia	Instituciones Académicas	Capacitación	RSE General	
Universidad de los Andes (UnianDES)	Colombia	Instituciones Académicas	Capacitación Divulgación	Medio Ambiente RSE General	Emprendimientos sociales en sectores estratégicos de desarrollo en Colombia. Oportunidades para la generación conjunta de valor

Promotor ▲	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
					social y económico Propuesta sobre la definición de política pública para la generación de trabajo digno y decente en el país Prueba piloto para la implementación de una política pública sobre el trabajo decente en el departamento de Antioquia
Universidad de Medellín	Colombia	Instituciones Académicas	Capacitación	RSE General	
Universidad de San Buenaventura	Colombia	Instituciones Académicas	Capacitación	RSE General	
Universidad del Norte	Colombia	Instituciones Académicas	Capacitación Divulgación Investigación	RSE General	
Universidad del Rosario	Colombia	Instituciones Académicas	Capacitación Divulgación Investigación	Gobierno Empresarial RSE General	Ética, responsabilidad social y empresa
Universidad EAFIT	Colombia	Instituciones Académicas	Capacitación	Gobierno Empresarial RSE General	
Universidad Externado de Colombia (UEC)	Colombia	Instituciones Académicas	Asesoramiento Capacitación Divulgación Investigación	Gobierno Empresarial Inversión Social Medio Ambiente RSE General	Hacia la RSE. Una aproximación desde el sector de los servicios públicos domiciliarios Primera encuesta nacional sobre prácticas contra el soborno en empresas colombianas Segunda encuesta nacional sobre prácticas contra el soborno en empresas colombianas

Promotor ▲	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Universidad Nacional de Colombia (UN)	Colombia	Instituciones Académicas	Asesoramiento Capacitación Divulgación Investigación	Gobierno Empresarial Medio Ambiente RSE General	
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC)	Colombia	Instituciones Académicas	Capacitación	RSE General	
Universidad Sergio Arboleda	Colombia	Instituciones Académicas	Capacitación	RSE General	
Universidad Tecnológica de Bolívar (UTB)	Colombia	Instituciones Académicas	Capacitación	Medio Ambiente RSE General	
World Resources Institute (WRI) - New Ventures Colombia	Colombia	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Capacitación Divulgación Financiamiento	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Proveedores	
World Wildlife Fund (WWF) Colombia	Colombia	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Asesoramiento Divulgación Estandarización	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Proveedores	

**Mapeo de Promotores de la RSE
Alcance Chile**

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Acción RSE	Chile	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Investigación Reconocimiento	Consumidores y Clientes Gobierno Empresarial Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores RSE General	Acerca de la empresa a la comunidad Ciudades sustentables y RSE Convivencia sustentable con la comunidad. Guía práctica para empresas Emprendimiento como estrategia de RSE Empresas por la inclusión digital. Guía práctica para empresas Guía para impulsar la equidad de género en las empresas Guía para la empresa ambientalmente sustentable Guía práctica para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad Guía práctica para promover la educación desde la empresa Integración laboral de personas con discapacidad. Guía práctica para empresas Mejores prácticas de los Reportes de Sustentabilidad en Chile Vida sana en la empresa. Guía práctica para empresas Voluntariado Corporativo
Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional (ACDI) en Chile	Chile	Organismos Públicos	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación	Gobierno Empresarial RSE General	
Asociación Chilena de Seguridad (ACHS)	Chile	Asociaciones Empresariales	Asesoramiento Capacitación Estandarización Reconocimiento	Prácticas Laborales RSE General	Calidad de vida laboral Casos de éxito en grandes empresas Casos de éxito en PyMEs

<u>Promotor</u>	<u>Alcance</u>	<u>Ámbito</u>	<u>Líneas de Acción</u>	<u>Domínios de RSE</u>	<u>Documentos asociados al Promotor</u>
					Casos empresariales Cómo incorporar la RSE en su empresa Estándares internacionales La RSE en Chile Modelo de gestión de RSE
Asociación de Empresas V Región (ASIVA)	Chile	Asociaciones Empresariales	Articulación Divulgación Investigación	RSE General	
Asociación de Industriales de Antofagasta (AIA)	Chile	Asociaciones Empresariales	Capacitación Divulgación Estandarización Reconocimiento	Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	
Asociación de Industriales Gráficos de Chile (ASIMPRES)	Chile	Asociaciones Empresariales	Divulgación Estandarización	Medio Ambiente	
Asociación de Industriales Químicos de Chile (ASIQUM)	Chile	Asociaciones Empresariales	Divulgación Estandarización	Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales	
Asociación de la Industria del Salmón de Chile (SalmonChile)	Chile	Asociaciones Empresariales	Estandarización	Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores	
Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en Chile	Chile	Organismos Internacionales	Asesoramiento Divulgación Estandarización Financiamiento	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores RSE General	
Banco Mundial (BM) en Chile	Chile	Organismos Internacionales	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Investigación	Gobierno Empresarial Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	
Cámara Chilena de la	Chile	Asociaciones	Articulación	Consumidores y Clientes	

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Construcción (CCHC)		Empresariales	Capacitación Financiamiento	Inversión Social Prácticas Laborales RSE General	
Cámara Chileno Norteamericana de Comercio (AmCham)	Chile	Asociaciones Empresariales	Reconocimiento	Inversión Social RSE General	
Cámara de Comercio Internacional (CCI) Chile	Chile	Asociaciones Empresariales	Estandarización	Gobierno Empresarial Proveedores RSE General	
Central Unitaria de Trabajadores (CUT)	Chile	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Divulgación	Prácticas Laborales	
Centro de Estudios para el Desarrollo de la Mujer (OEDEM)	Chile	Organizaciones de la Sociedad Civil	Capacitación Divulgación Estandarización Investigación	Prácticas Laborales RSE General	La ruta de la RSE en el Valle de Casablanca: Primeros pasos, dificultades y desafíos
Centro de Investigación de Ecosistemas de la Patagonia (CIEP)	Chile	Instituciones Académicas	Investigación	Medio Ambiente	
Centro Vincular de Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible	Chile	Instituciones Académicas Organizaciones de RSE	Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Investigación	Prácticas Laborales Proveedores RSE General	Calidad de vida laboral Casos de éxito en grandes empresas Casos de éxito en PyMEs Casos empresariales Cómo incorporar la RSE en su empresa Estándares internacionales La RSE en Chile Modelo de gestión de RSE Tendencias de la RSE de países en vías de desarrollo. Caso Chile, y el impacto de la RSE sobre la industria exportadora de fruta fresca
Chile Transparente	Chile	Organizaciones de la Sociedad Civil	Estandarización	Gobierno Empresarial	

<u>Promotor</u>	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Comisión Nacional de Energía (CNE)	Chile	Organismos Públicos	Articulación Divulgación	Medio Ambiente	Guía del Mecanismo de Desarrollo Limpio para proyectos del sector energía en Chile
Confederación de la Producción y del Comercio (CPC)	Chile	Asociaciones Empresariales	Divulgación Estandarización Investigación Reconocimiento	Inversión Social Medio Ambiente RSE General	Manual de RSE para PYMES Mesas Redondas de RSE. Líderes empresariales analizan la RSE seis años después en Chile
Consejo Nacional de Seguridad	Chile	Organismos Públicos	Capacitación Reconocimiento	Medio Ambiente Prácticas Laborales	
Corporación Chilena de la Madera (CORMA)	Chile	Asociaciones Empresariales	Estandarización	Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales	
Corporación de Fomento a la Producción (CORFO)	Chile	Organismos Públicos	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Financiamiento Reconocimiento	Medio Ambiente Proveedores RSE General	Casos de empresas en acuerdos de producción limpia Política de producción limpia al 2010
Corporación Doms	Chile	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Asesoramiento Capacitación Estandarización Investigación	Inversión Social Prácticas Laborales	Buenas prácticas laborales en supermercados Condiciones laborales de las mujeres en supermercados de la región metropolitana
Corporación Industrial para el Desarrollo Regional del Biobío (CIDERE Biobío)	Chile	Asociaciones Empresariales	Articulación Divulgación Reconocimiento	RSE General	
Corporación Pro O'Higgins	Chile	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Divulgación Investigación	Prácticas Laborales RSE General	
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)	Chile	Organismos Públicos	Articulación Capacitación Divulgación	Medio Ambiente RSE General	Guía del Mecanismo de Desarrollo Limpio para proyectos del sector energía en Chile

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
en Chile					
Federación de Empresas de Turismo de Chile (FEDETUR)	Chile	Asociaciones Empresariales	Estandarización Reconocimiento	RSE General	Chile, por un turismo sustentable. Manual de buenas prácticas Compendio de buenas prácticas sustentables
Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en Chile	Chile	Organismos Internacionales	Divulgación Investigación	Inversión Social RSE General	
Forest Stewardship Council (FSC) Chile	Chile	Organizaciones de la Sociedad Civil	Capacitación Estandarización	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Proveedores	
Fundación Avina Chile	Chile	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Divulgación Investigación	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Proveedores RSE General	
Fundación Casa de la Paz	Chile	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Divulgación Investigación	Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	Convivencia sustentable con la comunidad. Guía práctica para empresas
Fundación Chile	Chile	Asociaciones Empresariales Organismos Públicos	Asesoramiento Estandarización Investigación	Medio Ambiente Prácticas Laborales	
Fundación Chile Unido	Chile	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Asesoramiento Investigación Reconocimiento	Prácticas Laborales	Mejores empresas para madres y padres que trabajan. Medición 2008 Mejores empresas para madres y padres que trabajan. Medición 2009 Mejores empresas para madres y padres que trabajan. Medición 2010
Fundación para el Desarrollo Sostenible (FUNDES) Chile	Chile	Organizaciones de la Sociedad Civil	Asesoramiento Estandarización Investigación	Consumidores y Clientes Inversión Social Proveedores RSE General	Buenas prácticas del comercio en Chile. Estudio empresarial Contribución de las empresas a los

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Domínios de RSE	Documentos asociados al Promotor
					Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) en Latinoamérica. Informe de Chile Situación de la Responsabilidad Social de la MiPyME: El caso chileno
Fundación PROhumana	Chile	Organizaciones de RSE	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Investigación Reconocimiento	Inversión Social RSE General	Encuesta PROhumana. Chile opina: ¿Somos socialmente responsables? Manual de RSE para PYMEs Mesas Redondas de RSE. Líderes empresariales analizan la RSE seis años después en Chile
Instituto Nacional de Normalización (INN)	Chile	Organizaciones de la Sociedad Civil	Divulgación Estandarización Investigación	RSE General	
Mutual de Seguridad (CChC)	Chile	Organizaciones de la Sociedad Civil	Estandarización Reconocimiento	Prácticas Laborales	
Organización de Consumidores y Usuarios de Chile (ODECU)	Chile	Organismos Públicos	Divulgación Investigación	Consumidores y Clientes Medio Ambiente RSE General	Investigación sobre la conducta de Ripley en Chile: Análisis de disposiciones contractuales y otros aspectos relativos a RSE
Pontificia Universidad Católica de Chile	Chile	Instituciones Académicas	Asesoramiento Capacitación Divulgación Investigación	Gobierno Empresarial Medio Ambiente RSE General	
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en Chile	Chile	Organismos Internacionales	Articulación Divulgación Financiamiento Investigación	Consumidores y Clientes Gobierno Empresarial Medio Ambiente Prácticas Laborales Proveedores RSE General	
Red Pacto Global Chile	Chile	Organismos Internacionales Organizaciones de	Capacitación Divulgación Investigación	Gobierno Empresarial Medio Ambiente Prácticas Laborales	Guía práctica para la elaboración de Reportes de Sustentabilidad

Promotor	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
		RSE		RSE General	
Red Puentes Chile	Chile	Organizaciones de la Sociedad Civil Organizaciones de RSE	Articulación Capacitación Divulgación Estandarización Investigación Reconocimiento	Consumidores y Clientes Inversión Social Medio Ambiente Prácticas Laborales RSE General	Buenas prácticas laborales en supermercados El Estado y la responsabilidad social. Estrategia de incorporación de criterios de responsabilidad social y ambiental en las compras públicas La ruta de la RSE en el Valle de Casablanca: Primeros pasos, dificultades y desafíos Monitoreo del grado de cumplimiento empresarial en materia de protección a la maternidad y cuidado infantil en Chile y Uruguay Radiografía a la industria del salmón en Chile bajo la mirada de estándares de RSE
Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE)	Chile	Organismos Públicos	Estandarización Financiamiento	Inversión Social Prácticas Laborales	
Servicio Nacional de Geología y Minería (SERNAGEOMIN)	Chile	Organismos Públicos	Estandarización Investigación Reconocimiento	Medio Ambiente Prácticas Laborales	
Servicio Nacional de la Mujer (SERNAM)	Chile	Organismos Públicos	Asesoramiento Divulgación Estandarización	Prácticas Laborales	Guía para impulsar la equidad de género en las empresas Plan de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres 2000-2010. Evaluación primera fase 2000-2005
Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR)	Chile	Organismos Públicos	Articulación Estandarización	RSE General	Chile, por un turismo sustentable. Manual de buenas prácticas
Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)	Chile	Organismos Públicos	Divulgación Reconocimiento	Consumidores y Clientes	

<u>Promotor</u>	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Sociedad de Fomento Fabril (SOFOPA)	Chile	Asociaciones Empresariales	Articulación Divulgación Estandarización Reconocimiento	Inversión Social Prácticas Laborales Proveedores RSE General	Guía básica para integrar la Responsabilidad Social en la empresa Guía práctica para promover la educación desde la empresa Informe de remuneraciones y materias laborales de la industria
Superintendencia de Seguridad Social (SUSESO)	Chile	Organismos Públicos	Reconocimiento	Prácticas Laborales	
Promotor ▲	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
Unión Social de Empresarios Cristianos (USEC)	Chile	Asociaciones Empresariales Organizaciones de RSE	Capacitación Divulgación Estandarización	Prácticas Laborales RSE General	Calidad de vida laboral Casos empresariales Estándares internacionales Modelo de gestión de RSE
United Way Chile	Chile	Asociaciones Empresariales	Articulación Divulgación	Inversión Social Prácticas Laborales	
Universidad Adolfo Ibáñez	Chile	Instituciones Académicas	Capacitación	RSE General	
Universidad Alberto Hurtado	Chile	Instituciones Académicas	Articulación Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Investigación	Consumidores y Clientes Gobierno Empresarial Proveedores RSE General	Distinciones de términos relacionados con la Base de la Pirámide Mapeo de organizaciones involucradas en Negocios Inclusivos en Chile Negocios Inclusivos o de Base de la Pirámide. Una oportunidad de desarrollo en el marco de la RSC Trabajar con la Base de la Pirámide o Negocios Inclusivos: Una expresión de Responsabilidad Social Estratégica. Un caso de estudio en el sector telecomunicaciones: El "Proyecto Quijote" de VTR-Chile Una caracterización de la Base de la

<u>Promotor</u>	Alcance	Ámbito	Líneas de Acción	Dominios de RSE	Documentos asociados al Promotor
					Pirámide en Chile
Universidad Andrés Bello (UNAB)	Chile	Instituciones Académicas	Capacitación Divulgación	Medio Ambiente RSE General	
Universidad de Chile	Chile	Instituciones Académicas	Asesoramiento Capacitación Divulgación Estandarización Investigación	Gobierno Empresarial Medio Ambiente RSE General	
Universidad del Desarrollo (UDD)	Chile	Instituciones Académicas	Capacitación	RSE General	
Universidad Diego Portales	Chile	Instituciones Académicas	Capacitación Divulgación	Prácticas Laborales RSE General	
World Wildlife Fund (WWF) Chile	Chile	Organizaciones de la Sociedad Civil	Articulación Asesoramiento Divulgación Estandarización	Consumidores y Clientes Medio Ambiente Proveedores	